

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Tema: “Estrategia para la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Administración de Empresas y Marketing

AUTORAS: Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda

Farinango Carrillo Lizeth Alexandra

TUTOR: MSc. Cadena Moreno Carlos Rafael

Tulcán, 2021

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que las estudiantes Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda con el número de cédula 150097333-2 y Farinango Carrillo Lizeth Alexandra con el número de cédula 105017169-1 han elaborado el trabajo de titulación: “Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

MSc. Cadena Moreno Carlos Rafael

TUTOR

MSc. Malquín Vera Sonia Marilú

LECTORA

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de administración de empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda con el número de cédula 150097333-2 y Farinango Carrillo Lizeth Alexandra con el número de cédula 105017169-1 declaramos: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda

AUTORA

Farinango Carrillo Lizeth Alexandra

AUTORA

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda con el número de cédula 150097333-2 y Farinango Carrillo Lizeth Alexandra con el número de cédula 105017169-1 declaramos ser autoras de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi” y eximimos expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda

AUTORA

Farinango Carrillo Lizeth Alexandra

AUTORA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por haberme regalado salud, amor, paciencia y dedicación para culminar este proceso.

A mi prometido Jonathan B. por la ayuda desinteresada, por ser mi apoyo en momentos de debilidad y por darme la fortaleza para poder culminar esta meta. Gracias por ser partícipe de los buenos y malos momentos y por ser mi compañero de vida.

A mi compañera de tesis y excelente amiga Lizeth F. por la colaboración, comprensión, apoyo incondicional y amistad, a la cual recordare con mucho cariño, deseo los mejores éxitos en tu vida profesional y personal.

Finalmente, a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por abrir mi mente, formarme y expandir mis conocimientos.

A todos, muchas gracias.

Daysi Fernanda Chuquimarca Rueda

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme salud, vida y fuerza para culminar una etapa más de mi vida.

A mi padre, quien ha sido mi guía, mi ejemplo, mi principal fuente de apoyo económico y moral en esta etapa de mi vida, mi fortaleza y motivación en las adversidades cuando más necesite de él y que juntos hemos superado.

A mi gran amiga y compañera Daysi CH. por el esfuerzo y la dedicación plasmados en este trabajo, por todos los momentos compartidos, por siempre brindarme una amistad sincera y apoyo cuando más lo necesité. De todo corazón deseo muchos éxitos y felicidad en tu vida.

A mi familia, personas especiales y amigos que me han apoyado e incentivado a crecer y alcanzar mis objetivos.

Finalmente, a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a aquellos docentes que aportaron en mi formación.

Mi agradecimiento a todos.

Lizeth Alexandra Farinango Carrillo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primera instancia a Dios, por permitirme culminar con éxito mi formación profesional, etapa que trajo consigo múltiples bendiciones a mi vida.

A mi prometido Jonathan B, participe de esta etapa, por su apoyo incondicional, amor y por demostrarme la gran fe que tiene en mí.

A mi hijo Andrew B. y hermanos, Esteban Ch, Sergio Ch y Juan Ch, que a pesar de la distancia física mantuvieron mi corazón atento y fueron mi mayor motivación.

Daysi Fernanda Chuquimarca Rueda

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de titulación en primer lugar a Dios quien me ha bendecido para alcanzar este logro en mi vida.

A mi padre, mi compañero de vida que ha trabajado duro, sin importar el cansancio o el tiempo y esta es la recompensa que juntos hemos logrado.

A mis hermanos Sheyla y Damián quienes siempre me han motivado a seguir luchando a pesar de la distancia y de los obstáculos que se han presentado.

Lizeth Alexandra Farinango Carrillo

ÍNDICE

I. PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo general.....	18
1.4.2. Objetivos específicos	18
1.4.3. Preguntas de investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	19
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICO	20
2.2.1. Análisis situacional.....	22
2.2.2. Desarrollo económico.....	23
2.2.3. Capital territorial.....	27
2.2.4. Aspectos generales de la Parroquia El Goaltal.....	21
III. METODOLOGÍA.....	29
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	29
3.1.1. Diseño de la investigación.....	29
3.2. IDEA A DEFENDER	30
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	31
3.4.1. Análisis estadístico	31
3.4.2. Población y muestra.....	31
3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	33
3.5.1. Encuesta.....	33
3.5.2. Entrevista.....	34
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	35
4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL	35
4.1.1. Datos relevantes de la Parroquia.....	35
4.2. RESULTADOS DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA EL GOALTAL	36
4.2.1. Composición económica de la parroquia El Goaltal	36
4.2.2. Dinámica del mercado	39
4.2.3. Realidad de la cadena productiva de El Goaltal	43
4.3. RESULTADOS DEL CAPITAL TERRITORIAL DE LA PARROQUIA EL GOALTAL	45

4.3.1. Actividades productivas para el desarrollo económico de la parroquia el Goaltal	45
4.3.2. Capital territorial como fuente de desarrollo	47
V. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIA	48
5.1. Etapa de información.....	48
5.1.1. Matriz EFE.....	48
5.1.2. Matriz EFI.....	49
5.2. Etapa de ajuste	50
5.2.1. Matriz FODA.....	50
5.2.2. Matriz PEYEA.....	51
5.3. Despliegue del programa.....	54
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
6.1. CONCLUSIONES	63
6.2. RECOMENDACIONES.....	64
IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66
V. ANEXOS	69

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.....	41
Figura 2. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.....	43
Figura 3. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.....	44
Figura 4. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.....	45
Figura 5. Cruce de coordenadas Estrategia 1	52
Figura 6. Cruce de coordenadas estrategia 2	53
Figura 7. Causas actuales individualismo productivo	56
Figura 8. Establecimiento de la estructura organizativa.....	59
Figura 9. Establecimiento del modelo referencial.	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sectores económicos de la composición económica	24
Tabla 2 Marketing Mix.....	25
Tabla 3 Operacionalización de variables parroquia El Goaltal	30
Tabla 4 Población de la parroquia El Goaltal.....	32
Tabla 5 Estratificación de la muestra	33
Tabla 6 Datos relevantes de la parroquia El Goaltal	35
Tabla 7 Principal actividad económica.....	36
Tabla 8 Principal producto agrícola.....	37
Tabla 9 Principal producto pecuario.....	37
Tabla 10 Ingreso económico.....	38
Tabla 11 Factores que afectan la oferta principal producto (yuca)	40
Tabla 12 Ciudad de destino de los productos agrícolas.....	41
Tabla 13 Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	48
Tabla 14 Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	49
Tabla 15 Desarrollo de la matriz FODA	50
Tabla 16 Estrategias matriz FODA	51
Tabla 17 Variables a evaluar	51
Tabla 18 Cálculo de coordenadas	52
Tabla 19 Variables por evaluar.....	53
Tabla 20 Cálculo de coordenadas	53
Tabla 21 Modelo de asociatividad El Goaltal	55
Tabla 22 Ventajas de integración	57
Tabla 23 Requerimientos administrativos para la asociación	58
Tabla 24 Acciones para la asociatividad	58
Tabla 25 Acciones asociativas.....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Certificado o Acta del Perfil de Investigación.....	69
Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas	69
Anexo 3: Validación de encuesta levantamiento de información población de El Goaltal ...	71
Anexo 4: Encuesta levantamiento de información población de El Goaltal	73
Anexo 5: Entrevista autoridades GAD parroquial de El Goaltal.....	75
Anexo 6: Espacios parroquia El Goaltal.....	77
Anexo 7: Levantamiento de información	79

RESUMEN

La parroquia El Goaltal, caracterizada por poseer un clima subtropical húmedo, ubicada en el suroccidente del cantón Espejo, con una altitud de 1050 m.s.n.m, con una extensión de 10km; goza de poseer atractivos ecológicos y tierras fértiles, la posibilidad de plantear una estrategia para la promoción socioeconómica de la parroquia es factible. La presente investigación basada en demostrar la realidad socioeconómica que atraviesan día a día los pobladores de la parroquia, para llevar a cabo el estudio fue necesario trabajar con dos enfoques de investigación para conocer aspectos cualitativos tales como actividades económicas, productos agrícolas y ciudad de destino; por otra parte datos cuantitativos como ingreso familiar, gasto mensual y distribución de gastos, mediante el uso de tres tipos de investigación bibliográfica, de campo y descriptiva en un tamaño de muestra de 63 encuestas, donde se obtuvo información de los factores limitantes del desarrollo socioeconómico, así como también datos para determinar el potencial relevante, en este caso de la producción agrícola. Los resultados de la investigación determinan que la mejor estrategia de promoción socioeconómica a aplicar dentro de la parroquia es un modelo asociativo mismo que servirá como mecanismo para incentivar la producción agrícola, generando capacidades de competencia suficientes en los productores locales, permitiendo un reconocimiento de la parroquia a nivel económico dentro del país.

Palabras clave: estrategia, promoción, desarrollo socioeconómico, capital territorial, parroquia El Goaltal, asociatividad.

ABSTRACT

"Socioeconomic promotion strategy for El Goaltal parish, Espejo canton, Carchi Province"

El Goaltal parish; characterized by having a humid subtropical climate, located in the southwest of the Espejo canton, with an altitude of 1050 meters above sea level, with an extension of 10km; enjoys having ecological attractions and fertile lands. For this reason, it is feasible the possibility of proposing a strategy for the parish socio-economic promotion. This research demonstrates the socioeconomic reality that its inhabitants go through every day.

To carry out the study, it was necessary to work with one approach to know qualitative aspects such as economic activities, agricultural products and destination city and other approach to deal with quantitative data such as family income, monthly expenses, and distribution of expenses. In addition, three types of research were applied: bibliographic, field, and descriptive. The sample size was 63 surveys, in which information was obtained on limiting factors of socioeconomic development and data to determine the relevant potential. In this case, agricultural production. The results of this research determine that the best socioeconomic promotion strategy to be applied within the parish is an associative model, which will serve as a mechanism to encourage agricultural production, generating sufficient competition capacities in local producers and allowing parish recognition as an important source of economic development in the country.

Keywords: strategy, promotion, socioeconomic development, territorial capital, El Goaltal parish, associativity.

INTRODUCCIÓN

Es importante la transformación productiva en los países, pues en la actualidad el depender únicamente de una fuente como el petróleo, que por años se convirtió en el principal rubro de ingresos para el Ecuador y la mayoría de los países latinoamericanos, no garantiza la estabilidad económica del territorio; el Ecuador está caracterizado por poseer variedad de climas, múltiples zonas ecológicas y tierras fértiles, razón por la cual transformar la forma de producción es imprescindible, la producción agrícola en el país se ha convertido en una fuente de promoción socioeconómica sustentable para las familias ecuatorianas, se estima que más del 64% de la producción agrícola del país depende de pequeños productores mismos que dan apertura a nuevas fuentes de empleo a zonas rurales, como es el caso de la parroquia El Goaltal.

La importancia de la investigación radica en el conocimiento de las potencialidades de la parroquia El Goaltal por medio de un estudio que permita contar con información necesaria que sirva como guía inicial para proponer una estrategia que aporte a la promoción y desarrollo socioeconómico de la zona.

Con base a lo anterior, el presente documento está conformado por cinco secciones en las que se detalla el proceso manejado desde la detección del problema hasta el planteamiento de una estrategia que podrá ser utilizada por los ciudadanos y autoridades de la parroquia.

Dentro de la sección primera denominada problema, evidenciando una perspectiva inicial de la situación por la que atraviesan los pobladores y se plantea los objetivos que se pretenden alcanzar con la investigación, la segunda fase planteada como guía de estudio en la que se estableció los antecedentes y conceptualizaciones sobre la situación actual, desarrollo económico, capital territorial y aspectos generales, seguido por una metodología en donde se desarrolla la operacionalización de variables de la investigación, la cual tuvo un enfoque cuantitativo y cualitativo necesarios para la recolección, procesamiento y análisis de la información obtenida mediante el uso de instrumentos de investigación, encuesta dirigida a la muestra obtenida tras la aplicación de una fórmula de cálculo a población en general y entrevistas realizadas a los diferentes autoridades que conforman el GAD parroquial de El Goaltal, en la siguiente sección de resultados y discusión de la investigación se analizó datos significativos de la parroquia como la composición, la dinámica de mercado, la realidad de la cadena productiva, las diferentes actividades productivas llevadas a cabo por la población y el capital territorial como fuente de desarrollo, así también se expresan las conclusiones y

recomendaciones de la investigación, finalmente la última sección está conformada por dos etapas; etapa de información y etapa de ajuste, mismas que permitieron el planteamiento de una estrategia seguida por el despliegue del programa en donde se describe los beneficios y pautas a seguir para constituir una guía de asociatividad que da respuesta a la problemática planteada beneficiando a la población de la parroquia.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los países a nivel mundial deben procurar mejorar el estilo de vida de los ciudadanos, así como también la economía diversificando los sectores productivos y no enfocarse únicamente en el aprovechamiento y explotación de recursos no renovables que limiten el desarrollo socioeconómico de los países. El Ecuador, se caracteriza por su ubicación geográfica y variedad de climas propicios para el desarrollo productivo, sin embargo, el escaso aprovechamiento de las diferentes ventajas que poseen los territorios impide el desarrollo socioeconómico restringiendo el progreso y los beneficios que puede obtener la población en general.

El Goaltal posee una población de 869 personas según datos del censo INEC (2010), en donde la mayoría de los habitantes se dedican a las actividades agrícolas y ganaderas, desaprovechando las potencialidades intervinientes dentro de dimensiones como el desarrollo económico y el capital territorial, desencadenando de esta manera una desigualdad en el entorno social, así como también en la economía de la parroquia. Provocando además el individualismo como consecuencia, sin tomar en cuenta las necesidades comunes existentes en la población de El Goaltal.

Es fundamental desarrollar mecanismos que permitan el aprovechamiento de las oportunidades de un territorio mediante estrategias de promoción que fortalezcan el desarrollo socioeconómico, erradique la desigualdad del mercado y cambie el pensamiento de la población con ayuda de un modelo asociativo que destaque las características de la producción local y de los procesos estructurales de comercialización beneficiando de este modo la calidad de vida de los productores y permitiendo el reconocimiento nacional e internacional de la parroquia El Goaltal.

Si no se analizan y articulan las dimensiones: desarrollo económico y capital territorial de la parroquia el Goaltal, así como las potencialidades que posee la localidad, los habitantes de la parroquia se verían afectados perdiendo la oportunidad de desarrollo, pues las fuentes de apoyo económico como emprendimientos y actividades productivas disminuirán considerablemente y quebrantaría el crecimiento a nivel local, provincial y regional.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Por qué la parroquia el Goaltal, cantón Espejo, provincia del Carchi, no aprovechado las potenciales económicas y territoriales, para su desarrollo socioeconómico?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La trayectoria del estudio brinda la oportunidad de desarrollar un coeficiente profesional basado en la aplicación de conocimientos relacionados a la ayuda comunitaria de la parroquia de estudio. La situación mundial y la pandemia del Covid- 19, apreciada en el presente estudio desencadena de alguna manera un estancamiento en la economía, cultura, política e incluso en la religión, no únicamente en la parroquia El Goaltal sino a nivel mundial, razón por la cual el presente trabajo ha sufrido un redireccionamiento en los métodos de recolección de información y en el cálculo de la población a estudiar.

Un análisis basado en el estudio de un territorio rodeado de cultura, transición y excelencia en la producción, requiere de información real y certera por lo que es importante destacar que para realizar una investigación coherente fue necesario conocer el criterio de quienes son parte fundamental de la parroquia El Goaltal, es así que con el fin de precautelar la veracidad de la información, la salud de las investigadoras, así como también el bienestar de la población objeto de estudio se decidió aplicar las encuestas 30% de manera presencial y el 70% de manera virtual, así como también las entrevistas realizadas de manera virtual a las autoridades competentes.

La promoción social y económica de un determinado lugar permite contribuir con el desarrollo local basado en las características relevantes que posee tanto la población como el sitio, además de ofrecer respuestas asertivas a las principales problemáticas como desempleo, desarrollo empresarial, sostenibilidad y gobernabilidad, mediante el uso de herramientas que crean ventajas competitivas necesarias para el desarrollo de la región.

La presente investigación tiene como finalidad contribuir directamente con la parroquia El Goaltal, mediante un análisis de las variables desarrollo económico y capital territorial, identificando las potenciales del territorio y la población que estén relacionados a dichas variables, como se mencionó la mayoría de la población de la parroquia en estudio depende de actividades productivas necesarias para el sustento familiar, por lo que es necesario evaluar las limitaciones que poseen los mismos. Por otra parte, se pretende establecer una estrategia basada en el aprovechamiento de las potencialidades que posee la localidad, rescatando la historia del

lugar, las tradiciones, cultura, potenciales ecológicos y la excelente calidad de los productos de la zona.

De manera indirecta, se busca contribuir con el desarrollo socioeconómico de las personas de la zona dedicadas a la agricultura y actividades complementarias a la productividad como: pequeños negocios, alimentación y actividades de turismo, mediante un criterio de concientización que diversifique la economía y logre un crecimiento en torno al ámbito social y económico de la parroquia El Goaltal.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo general

- Plantear una estrategia para la promoción socio - económica de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos específicos

- Fundamentar conceptualmente las dimensiones de estudio para el desarrollo de la investigación que permita determinar una estrategia de promoción socioeconómica.
- Diagnosticar el nivel de desarrollo económico y los recursos tangibles e intangibles sobre las cuales pueden potenciarse el desarrollo empresarial de la parroquia El Goaltal.
- Identificar las potencialidades que posee la parroquia para el desarrollo económico del territorio, mediante la aplicación de instrumentos de investigación.
- Establecer una estrategia que permita la promoción del desarrollo socioeconómico de la parroquia El Goaltal basada en el aprovechamiento de las potencialidades.

1.4.3. Preguntas de investigación

- ¿Cómo se encuentra el desarrollo social y económico actual de la parroquia El Goaltal?
- ¿Por qué es importante identificar el capital territorial que posee la parroquia El Goaltal?
- ¿De qué manera una estrategia de desarrollo socioeconómico beneficiara a la parroquia?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En la búsqueda de información correspondiente a los antecedentes, se encontraron trabajos de investigación de diferentes temáticas y autores, los cuales están relacionados al tema propuesto, tomados como referencia para el desarrollo de la presente investigación, mismos que serán detallados a continuación.

Como primer antecedente investigativo tenemos el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2011-2031 del Cantón Espejo elaborado por el Gobierno Municipal del Cantón. En el que se realiza un diagnóstico territorial en aspectos medioambientales, económicos, sociales, culturales, en el que se establece una estructura y funcionamiento del territorio mediante la aplicación de herramientas de diagnóstico y de evaluación. Se tomó en cuenta con el fin de obtener información secundaria relevante para el establecimiento de lineamientos y resultados dentro de la investigación.

Posteriormente para analizar el tema propuesto desde un aspecto relacional entre el ámbito de promoción social y promoción económica se tomó como referencia la tesis realizada por Rodríguez (2017) titulada “ La promoción del desarrollo económico desde los municipios en la República Dominicana”, así como también el artículo desarrollado por Jiménez (1995), que lleva por nombre La promoción social: vigencia y perspectivas, los cuales han fortalecido la idea de promocionar socioeconómicamente el territorio puesto que se conjuga la identificación de potencialidades y valoración de recursos impulsando y orientando los procesos sociales e identificando actores de por medio con el fin de crear riqueza, empleos y mayor bienestar económico y social para los pobladores del territorio.

De acuerdo con Masaquiza (2017), en la tesis titulada “Producción agrícola y desarrollo económico de los productores agrícolas de la parroquia El Rosario del cantón Pelileo”, cuyo objetivo general es; estudiar cómo influye la producción agrícola en relación con el desarrollo económico de la Parroquia El Rosario Cantón Pelileo. Menciona que un análisis de la producción del territorio permite identificar la influencia de los productos para impulsar su desarrollo económico y turístico.

El estudio que lleva por nombre producción agrícola y desarrollo económico contribuyó a la realización del análisis de las características de la parroquia en el tema de producción agrícola,

brindando un enfoque de desarrollo, esta investigación fundamentó la base del diagnóstico y los puntos a tomar en cuenta a la hora del levantamiento de la información.

Otro de los principales antecedentes tomados en cuenta es la investigación realizada por Torres Montaña (2015), en su trabajo de titulación que lleva por nombre “Modelo de gestión asociativa para los productores de yuca de la parroquia San Jacinto del Búa en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas” establece en su objetivo general; proponer una alternativa de gestión asociativa para los productores de yuca de la parroquia San Jacinto del Búa en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, orientada a potenciar las capacidades competitivas de la zona de estudio.

El principal aporte de esta investigación se basó en información necesaria para el análisis, resultados y discusión de la investigación; apporto además con el desarrollo de la propuesta fundamentada en el planteamiento de un modelo asociativo para la parroquia.

Finalmente Flores Jiménez (2013), en la tesis titulada “Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito Kañaris - Ferrañafe” menciona en su objetivo general; Proponer un modelo de asociatividad que permita a los productores cafetaleros del distrito de Kañaris en el Perú mejorar su gestión empresarial y el manejo integral de sus cultivos, con la finalidad de potencializar los recursos productivos con los que cuenta el lugar, fomentando el desarrollo de la mismo.

Al igual que las demás investigaciones este antecedente apporto de manera objetiva al conocimiento de la forma de investigación, así como también ayudó a la construcción del fundamento teórico desarrollado en la presente investigación, por último, aportó en determinación de resultados y discusión del tema.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Panorama general

A nivel mundial el desarrollo económico y el capital territorial se han convertido en una preocupación para los diferentes países, los cuales buscan mantener sus actividades de manera adecuada, la organización de las naciones unidas y los gobiernos centrales de cada país han adoptado medidas y actividades que permiten controlar a la población, sus recursos y el crecimiento económico, sin embargo, no se han logrado articular todos estos factores.

En el caso del Ecuador, el desarrollo económico del país se ha basado en los últimos años en buscar nuevas fuentes de empleo y negocio que favorezcan a los sectores más vulnerables, así como también se ha fomentado el desarrollo de emprendimiento enfocados al beneficios de la población y del bienestar cultural manteniendo así el dinamismo de la economía del país; y el capital territorial, esta dimensión juega un papel fundamental dentro del desarrollo del Ecuador, puesto que el mantener actividades productivas se dinamiza la economía y se cambia el estilo de la económica basada en un solo recurso no renovable.

2.2.1. Aspectos generales de la Parroquia El Goaltal

Ubicación Geográfica

En la página oficial del GAD (2019) se menciona:

La Parroquia El Goaltal se encuentra al Noroccidente de la provincia del Carchi.

Límites. Las coordenadas geográficas que delimitan el área son al Norte: 000 51'; al Sur: 000 41'; al Este: 78003'; al oeste: 78013'.

La parroquia delimita en partes al norte con las parroquias de Maldonado, Chical y Jijón y Caamaño; al sur con las parroquias La Concepción y Jacinto Jijón y Caamaño; al este las parroquias La Libertad y Maldonado; Oeste la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño.

Reseña Histórica

Para llevar a cabo esta investigación es necesario conocer la Historia de la parroquia El Goaltal, como se menciona en el GAD (2019):

Por la época de 1930-1935 la exploración de la cascarilla da origen a la historia y creación de nuestra parroquia la más joven del cantón Espejo; en ese entonces la cascarilla era tan cotizada que quienes expendían se adentraban a las montañas para adquirirla y mientras realizaban este duro trabajo se encuentran con tierras subtropicales aptas para la agricultura, basta dar a conocer de este acontecimiento para que valerosos hombres con espíritu visionario se preparen a explorar las montañas conocidas con el nombre de Las Golondrinas; posteriormente la Asociación Obrera Acción Vicentina de forma organizada entra a colonizar lo que hoy lleva el nombre de El Goaltal.

El 25 de octubre de 1936 se organizó la Sociedad Obrera "Acción Vicentinaz, con el propósito de adquirir tierras baldías para incrementar la agricultura. una vez conseguida la personería Jurídica, el presidente de la República, Gral. Alberto Enríquez Gallo, mediante decreto supremo NO 97, del 23 de abril de 1938, adjudicó, en forma provisional y gratuita, la zona montañosa conocida con el nombre de "Golondrinas: que más tarde se denominó "El Goaltal", en honor a la palmera de goalte que abunda en este lugar.

Muchos miembros de la Sociedad Obrera "Vicentina", en su afán de colonizar, sufrieron una serie de penalidades y solo con la perseverancia lograron dominar estas tierras y aumentar la frontera agrícola de la provincia del Carchi.

Los ciudadanos residentes en El Goaltal, considerando el potencial productivo de la zona, así como su futuro promisorio, se vieron en la necesidad de buscar la Parroquialización del caserío o colonia.

Gestiones oportunas ante la Municipalidad de Espejo condujeron a que se dictara el Decreto NO 660, el 27 de diciembre de 1949, mediante el cual se aprobaba una ordenanza elevando a parroquia rural el caserío de El Goaltal.

Etimología: La parroquia El Goaltal lleva el nombre de la palma de goalte por ser abundante esta palma en la parte alta de la Parroquia. (GAD, 2019)

La presente investigación está relacionada con el estudio de las dimensiones desarrollo económico y capital territorial, mediante la identificación de las potencialidades intervinientes dentro de las mismas, así como también el planteamiento de una estrategia que permita la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal, razón por la cual se describen los siguientes conceptos.

2.2.2. Análisis situacional

Para llevar a cabo una investigación, es necesario partir de un diagnóstico o análisis situacional, mismo que permite tener una base de partida y conocer; estilo de vida, problemas de la comunidad, actividades que se realizan, cultura, tradiciones. Pues es imposible actuar de manera eficiente ante lo desconocido. Por tanto, el análisis situacional se enfoca en analizar dificultades, oportunidades, posibles afectaciones, para poder categorizarlos, agrupar y con base a ello actuar con criterio mediante propuestas establece Valle & Gonzales (2004).

Este concepto se basó en obtener información general relacionada a las oportunidades, fuertes y debilidades que posee la parroquia en estudio, permitiendo tener una visión clara del panorama que se va a estudiar, así como también relacionar criterios con base a la información para posteriormente actuar contribuir y transformar.

2.2.3. Desarrollo económico

El desarrollo económico representa el nivel de progreso de un determinado lugar o situación, si bien es cierto este término es considerado como una guía que facilita el desarrollo local, más no es un fin mismo, así además debe ser sostenible y garantizar la calidad de vida de futuras generaciones como lo menciona Martínez (2003).

Un desarrollo económico sostenible puede ir relacionado con factores medio ambientales, actividades productivas o aspectos que potencien una zona, satisfagan necesidades y generen empleo a través del tiempo, más aún si se busca establecer dicho termino en una zona rural para garantizar el cumplimiento de derechos: vivienda, alimentación, servicios básicos y educativos.

De acuerdo con Martínez (2003), la economía tiene niveles que se dividen dependiendo de las actividades económicas que se desarrollen en cada nivel; por ejemplo, el sector primario constituye el inicio de la actividad comercial y productiva de un sector, así también corresponde a las habilidades de la sociedad en la obtención de recursos los cuales no presentan cambios, modificaciones o no pasan por un proceso de transformación industrial que alteren su presentación básica, en este sector intervienen principalmente los bienes proporcionados directamente de los recursos de la tierra.

Por otro lado, el siguiente nivel o sector secundario a diferencia del primario ya se evidencian las transformaciones a los productos básicos, es decir que ya se inicia la industrialización, en este punto se pueden crear asociaciones o empresas dedicadas a la manufactura o transformación básica que sirvan como aporte para dinamizar la economía y a su vez iniciar el desarrollo de la economía local de algunos sectores.

Finalmente, el sector terciario está compuesto por un proceso de evolución mucho mayor al de los anteriores sectores, en este sentido ya se enmarcan muchas más actividades relacionadas a los servicios, es decir la economía se enfoca en la satisfacción o en el complemento de las necesidades básicas, con lo que se complementa la economía de un sector.

Tabla 1*Sectores económicos de la composición económica*

Sector	Definición	Naturaleza de actividades
Sector Primario	El sector primario constituye el inicio de la actividad productiva, corresponde a las habilidades de la sociedad en la obtención de recursos los cuales no presentan cambios, modificaciones o no pasan por un proceso de transformación industrial que alteren su presentación básica.	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca • Caza • Agricultura • Ganadería • Explotación de minera
Sector Secundario	En este inicia la industrialización, se da una transformación básica que sirve como aporte para dinamizar la economía y a su vez iniciar el desarrollo de la economía local de algunos sectores.	<ul style="list-style-type: none"> • Productos semielaborados • Industria manufacturera • Construcción • Generación de energía
Sector Terciario	Este concepto hace énfasis a un proceso de evolución mucho mayor al de los anteriores sectores, en este sentido ya se enmarcan mucho más en el sentido de los servicios, es decir la economía se enfoca en la satisfacción o en el complemento de las necesidades básicas, con lo que se complementa la economía de un sector.	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Turismo • Electricidad • Correo • comunicaciones

Nota: Descripción de los sectores económicos.

Dinámica del mercado

- **Oferta**

Responde a los productos y servicios que los productores están dispuestos a vender bajo un determinado precio, dado por los insumos y tecnología usados para su fabricación. La relación del precio se relaciona directamente con la cantidad de productos, a mayor precio número de productos o servicios ofertados y por ende mayor competencia. (Restrepo, Ruiz , & FES, 2001).

- **Demanda**

Entendida como el volumen comprador, los cuales están dispuestos adquirir productos o servicios, dado un periodo de tiempo, condiciones, esfuerzo y lugar. La relación del precio se relaciona con la cantidad, a mayor precio menor cantidad de consumidores (Kotler, 2001).

La relación entre la oferta y la demanda radica en la interacción entre cliente- empresa, en donde la oferta es brindada por parte de la empresa y el cliente sería parte de la demanda, además estas definiciones relacionadas garantizan un dinamismo en cuanto al mercado, así también en medio de estas se establecen políticas y determinaciones con el fin de que se llegue a un equilibrio y consenso de las partes.

- **Marketing**

Conjunto de actividades que permiten crear, comunicar ideas, identificar y satisfacer necesidades, el objetivo fundamental del marketing es atender a consumidores insatisfechos mediante una propuesta innovadora que cree ventaja competitiva Según Dvoskin (2004)

El marketing consiste en analizar, revisar y potenciar las aptitudes, no incluye solo mejorar sino incluye el proceso y desde luego el cumplir expectativas de los consumidores.

- **4 P's del marketing**

Tabla 2
Marketing Mix

Publico meta			
Producto		Precio	
Definición	Aspectos de estudio	Definición	Aspectos de estudio
Hace referencia a todo lo que se puede ofertar en el mercado, puede estar en un estado natural o puede presentar transformaciones, así como también puede ser tangible o intangible dependiendo del caso se miden las características y diferenciarse unos de los otros con características como marca, color, calidad o el beneficio que obtienen de estos.	Calidad	factor fundamental a la hora de realizar una transacción puede estar relacionado con el nivel de satisfacción que se obtiene del producto, es decir la capacidad de satisfacer las necesidades, con base a eso se fija la cantidad de dinero en la que se realizara el intercambio por el bien o servicio.	Precio fijado
	Variedad		descuentos
	Características		formas de pago
	Diseño		periodos de pago
	Envase		Planes de pago
Búsqueda de posicionamiento			
Plaza		Promoción	
Definición	Aspectos de estudio	Definición	Aspectos de estudio
Lugar en donde se realiza la actividad comercial está relacionado a las características del producto y del cliente, haciendo más fácil la transacción y brindando además comodidad dependiendo del caso. En este sentido también están inmersos los canales de distribución y la manera en la que llegan al cliente es decir si esta es una comunicación directa o a su vez intervienen actores minoristas o mayoristas en el acto de comercialización.	Canales	Factor relevante a la hora de dar a conocer las características y beneficios de un bien o servicio, cuenta con elementos necesarios para el impulso en ventas y el cumplimiento de objetivos.	Relaciones publicas
	Logística		publicidad
	Transporte		Medios
	Cobertura		Campanas
	Almacenaje		Mensaje a transmitir
Puntos de venta	Ventas personalizadas		

Esta mezcla constituye un conjunto de estrategias enfocadas en 4 pilares fundamentales, de las cuales derivan estrategias conforme a las necesidades de la empresa o de un determinado territorio como es el caso de la presente investigación, enfocadas en el cumplimiento de objetivos, así como también brindar un mayor alcance a las necesidades de los consumidores, de esta manera encuentra un beneficio para las dos partes, relacionados de manera directa con el desarrollo económico. Las partes fundamentales de las 4 P's del marketing son: de producto,

plaza (distribución), promoción y fijación de precios tal como lo afirma (Ortiz, 2016, pág. 172). Características detalladas anteriormente en la tabla 2.

Cadenas Productivas

Este concepto abarca el desarrollo de una serie de operaciones en conjunto que desembocan en la transformación de los sectores productivos de la economía, a su vez existen secciones relacionados, que según Listerri (2000) se establecen lineamientos como sistemas productivos locales que son una de las fuentes fundamentales de desarrollo de la población que por lo general se encarga de transformar bienes, pese a que este tipo de sistema productivo es uno de los sistemas más valorados existe la creencia de que aquellos pueblos, o territorios que se dedican a una actividad económica rudimentaria no se desarrollan puesto que limita el uso de tecnología; y por otro lado se encuentran los agentes de desarrollo local como parte de las cadenas productivas, estos agentes se entienden como el conjunto de personas que realizan las diversas actividades productivas, las cuales que, pese al no contar con tecnología, han encontrado la manera de desenvolverse de manera adecuada y generar en baja magnitud desarrollo económico.

Además de los elementos mencionados anteriormente, para el desarrollo de las cadenas productivas es importante la consideración de dos temas fundamentales que intervienen en el manejo productivo de los sectores como los es las materias primas y la comercialización de bienes o servicios. Como primer punto en relación con el criterio de Santillana (2006) las materias son aquellos productos que provienen directamente de animales, vegetales o minerales, permitiendo elaborar una amplia cantidad de productos mediante su transformación, en la actualidad son pocos los productos que se consumen de manera natural, sin embargo, son muy necesarios para levantar la económica desde países pequeños hasta grandes naciones. De otro modo la comercialización es la actividad que permite introducir un producto, bien o servicio de manera adecuada en el mercado, mediante el uso de diversos procedimientos, acciones. Una buena comercialización requiere de un correcto proceso administrativo, mismo que consiste en planificar, es decir plantearse metas, organizar las actividades, dirigir los recursos, y controlar periódicamente las metas y procedimientos.

2.2.4. Capital territorial

El capital territorial de un lugar expresa el patrimonio material e inmaterial, mismos que generan beneficios de desarrollo mediante el oportuno aprovechamiento de culturas, tradiciones, productos pecuarios, espacios naturales, físicos. Requejo (2007).

Es importante y necesario que se analice de manera adecuada cuales son los patrimonios que se pueden rescatar para crear una ventaja competitiva.

Posicionamiento del territorio

El posicionamiento de un territorio se determina por medio de factores relacionados a la economía y ubicación del territorio, así como también de las características propias de la zona, productividad e imagen externa, sin embargo, se presentan únicamente tres ejes principales como la agricultura definida como un sistema basado en la provisión de alimentos, mediante el correcto y adecuado tratamiento del suelo, del cual provienen diversidad de productos aptos para el consumo humano y para lo cual es necesario analizar elementos que contribuyen a que esta actividad se realice correctamente. La agricultura, actividad que satisface necesidades constituida en la crianza de animales de especies variadas; bovina, porcina, aves, las cuales proporcionan cárnicos, leche, huevos, miel, lana, entre otros para el posterior consumo de estos. Finalmente, la piscicultura que radica en la crianza de peces con el fin de ser utilizados como parte de las actividades económicas que generan ingresos para las personas, proceso que se lo debe realizar de acuerdo con los requerimientos de la especie a reproducir que en su mayoría son truchas y tilapias, así como también tener en cuenta aspectos relacionados a esta actividad como lo es el clima, territorio y calidad del agua a utilizar.

Caracterización del territorio

Biodiversidad

La biodiversidad abarca, una inmensa cantidad de formas de vida, incluyendo a especies que habitan en el planeta entre ello; plantas, animales, bacterias e incluso virus, y desplegando una serie de diversidad necesaria para la vida y procesos incluso diarios. Varea Sechez (2004).

Turismo

Actividad que consiste en cualquier tipo de desplazamiento temporal, sea cual sea su fin y que incluye una serie de actividades lucrativas como; alimentación, hospedaje, cultura, educación, etc. Actualmente es una de las actividades que transforman la forma de producción de países que gozan de poseer recursos ecológicos. Santillana (2006).

Ecoturismo

El ecoturismo debe ser muy bien planificado, de manera que se establezcan claramente las capacidades de carga y de manejo de sus recursos para minimizar el impacto de los turistas y, a su vez, garantizarles a estos la experiencia de calidad. Los servicios y facilidades que se le ofrezcan al turismo deben tomar en consideración el beneficio de todos los que participan en la conservación (área protegida), el desarrollo (empresas turistas), y en el disfrute (turistas) de sus recursos. (Quezada Castro, 2007)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

La presente investigación fue de carácter cualitativo y cuantitativo, puesto que las dimensiones del problema planteado presentan características estadísticas y de análisis, necesarias para este tipo de estudio. Se aplicó un enfoque predominante de carácter cualitativo desarrollado con base en la afirmación de Sampieri (2014), en donde se realizó una revisión bibliográfica y levantamiento de información por medio de encuestas y entrevistas de carácter cualitativo, identificando el problema central mediante la obtención de criterios de la población estudiada con el fin de conocer las potencialidades y características de la parroquia El Goaltal, información que permitió establecer los resultados como guía para plantear una posible estrategia. En un segundo plano se tuvo que tomar en cuenta un enfoque cuantitativo para el estudio relacional y análisis de las dimensiones planteadas.

3.1.1. Diseño de la investigación

Tipo de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se hará uso de tres tipos de investigación.

- La investigación bibliográfica es presentada como un panorama real de la problemática o situación actual de un suceso como lo menciona (Pérez, 2017). Se puede afirmar que este tipo de investigación favoreció en la comprensión del tema propuesto, además esta investigación tiene un carácter bibliográfico, pues a través de libros, investigaciones y el PDYOT de la parroquia se pudo relacionar la información obtenida de fuentes con los resultados.
- La Investigación de campo permitió a las investigadoras obtener datos directos y relevantes, relacionados al nivel económico, actividades y las potencialidades que posee la parroquia El Goaltal, como lo afirman (Martinez Ruiz, 2014, pág. 97) una búsqueda in situ, permite percibir la realidad que se atraviesa y en efecto mediante la aplicación de instrumentos de recolección de información aplicadas a la población de la zona se obtuvo información relevante para establecer la estrategia de promoción económica.
- Por otra parte, la investigación descriptiva se usó para describir de los datos recolectados, en la aplicación de instrumentos de investigación, como lo menciona (Tamayo, 2011), dicha información permitió analizar los resultados, con relación a las

variables de estudio de la investigación desarrollada. y con base a ello establecer estrategias que solucionen el problema.

3.2. IDEA A DEFENDER

El estudio de las dimensiones: desarrollo económico y capital territorial, por medio de la identificación de potencialidades permitirán determinar una estrategia factible para la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal ubicada en Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 3

Operacionalización de variables parroquia El Goaltal

Variables	Dimensiones		Indicador	Fuente	
	Definición	Componentes			
Desarrollo económico	Composición económica: Entendida como la relación existente entre componentes o sectores económicos de un determinado territorio.	Sector Primario	Número de actividades Agrícolas	Entrevista autoridades	
		Sector Secundario	Número de actividades Ganaderas		
		Sector Terciario	Número de industrias		
	Dinámica del mercado: Expresa cómo se comporta el ofertante y demandante al fijar el precio de productos o servicios.	Oferta	Número de empresas prestadoras de servicios	Encuesta	
		Demanda nacional	Número de productos locales	Entrevista autoridades	
			Caracterización		
Cadenas productivas: Indica la relación entre los sistemas productivos y las características que mantienen los productos.	Composición del producto (Mix)	Factores que afectan la demanda nacional	Encuesta		
	Sistemas productivos	Producto			
		Comercialización		Precio	
Capital territorial	Posicionamiento del territorio: Destaca la actividad principal representativa por la población.	Red vial	Plaza (Distribución)	Encuesta	
		Ventajas competitivas	Promoción (Comunicación)		
			Imagen territorial		Materias Primas
			Agricultura		Producto
Capital territorial	Caracterización del territorio: Relaciona aspectos que pueden o no representar una ventaja, frente a otros territorios.	Ganadería	Tipo Intermediarios	Encuesta	
			Acuicultura		Logística de salida
		Biodiversidad		Tipo de orden de las calles	Entrevista autoridades
			Factor medio Ambiental	Número de lugares turísticos	
Capital territorial	Ubicación geográfica: Indica ventajas que posee un territorio gracias a su ubicación, clima y tierras.	Imagen territorial	Nivel de aceptación	Entrevista autoridades	
			Flora		Destino de producción
Capital territorial	Caracterización del territorio: Relaciona aspectos que pueden o no representar una ventaja, frente a otros territorios.	Fauna			Entrevista autoridades

Nota: Adaptación, Desarrollo socioeconómico parroquia El Goaltal.

Para plantear la operacionalización de las variables, es necesario mencionar que la presente investigación es univariable, se plantearon dos dimensiones de estudio, de manera deductiva, la primera enfocada en el estudio del desarrollo económico de la parroquia El Goaltal y por otra parte la dimensión capital territorial, mismas que tuvieron indicadores para medir su nivel de influencia con respecto al problema planteado, ver tabla 3, que indica dichas variables, pasando de un nivel general a específico.

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

En la investigación se utilizó un método deductivo, puesto que se realizó la aplicación de encuestas y entrevistas cualitativas que permitan analizar una diversidad de características de la población dentro del territorio, tal como se muestran en los Anexos 4 y 5 respectivamente, destinadas a la población y autoridades de la parroquia El Goaltal, las cuales se tomaron en cuenta para procesar la información desde lo general hasta temas específicos como potencialidades de la zona, que permitió mostrar resultados para su posterior análisis y planteamiento de una posible estrategia de desarrollo socioeconómico.

3.4.1. Análisis estadístico

En el desarrollo de la investigación se analizó los enfoques mediante el uso de la estadística descriptiva, tablas de frecuencia y figuras que presentan los datos obtenidos, para lo cual se hizo uso de herramientas estadísticas como SPSS y Excel.

El número de casos estudiados impide la aplicación de un modelo estadístico, sin embargo, se realizó un análisis de relación entre dimensiones cualitativas y cuantitativas de estudio pertenecientes a las variables presentadas; análisis que se presenta posteriormente en el capítulo de resultados y discusión del presente proyecto.

3.4.2. Población y muestra

Se tomo como referencia la población de la parroquia El Goaltal que según el censo INEC (2010), proyectado a 2019 está conformada por 869 habitantes tanto hombres como mujeres, puesto que el pronóstico de estos datos al 2020 no tuvo una variación significativa.

3.4.2.1. Población

La población objeto de estudio de la investigación está conformada por 869 habitantes, los cuales cumplen con características que se detallan; vivir en la parroquia El Goaltal y tener entre 15 y 60 años.

Tabla 4
Población de la parroquia El Goaltal

Población Total		%
Hombres	467	54%
Mujeres	402	46%

Nota: Adaptación del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010.

3.4.2.2. Muestra

Debido a la situación actual de Covid - 19 por la que atraviesa el mundo, se utilizó un tipo de muestreo por conveniencia al total de la población debido a la dificultad de la recolección de los datos, en donde los sujetos de estudio participaron de forma voluntaria en la entrega de información.

Para poder determinar cuántas encuestas se realizaron dentro de la parroquia El Goaltal al segmento elegido, se aplicó la siguiente fórmula estadística, tomando en cuenta los cambios que se presentaron en el desarrollo de la investigación, por lo cual se decidió asignar un nivel de confianza del 90% y un margen de error del 10%. Es importante mencionar que al ser una población sumamente pequeña los datos arrojados no sufrieron cambios significantes.

$$n = \frac{Z^2 \times \sigma^2 \times N}{(N - 1)E^2 + Z^2 \times \sigma^2}$$

Donde:

n = Muestra

N = Población total seleccionada.

Z = Nivel de confianza es de 1,645.

σ = Varianza está dada por el valor de 0,5.

E = Error porcentual es de 0,10.

Entonces:

n = 63 encuestas

N = 869 habitantes

Z = (1,645)

$\sigma = (0, 5) \rightarrow (p = 0,5) (q = 0,5)$

E = $\rightarrow 1.000 \rightarrow (0,10)2$

$$n = \frac{Z^2 x \sigma^2 x N}{(N - 1)E^2 + Z^2 x \sigma^2}$$

$$n = \frac{(1,645)^2 x (0,5)^2 x 869}{(869 - 1)(0,10)^2 + (1,645)^2 x (0,5)^2}$$

$$n = \frac{2,706025 x 0,25 x 869}{(868) x (0,01) + (2,706025) x (0,25)}$$

$$n = \frac{587,883931}{8,68 + 0,676550}$$

$$n = \frac{587,883931}{9,35655}$$

$$n = 63$$

Tabla 5
Estratificación de la muestra

	Muestra	%
Hombres	34	53,97%
Mujeres	29	46,03%

Nota: Resumen de muestra de la población de estudio.

De acuerdo con la fórmula se aplicaron 63 encuestas, a los habitantes de la parroquia El Goaltal, distribuidas de la siguiente manera: 34 encuestas al género masculino pertenecientes al 53,97% y 29 encuestas al género femenino correspondientes al 46,03% del total de la población de estudio. Además, es importante mencionar que el 70% de encuestas se realizaron de manera virtual, mientras que otro 30% se aplicó de manera presencial, realizado con el objetivo fundamental de precautelar el bienestar de los habitantes y de las investigadoras.

3.5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para realizar el levantamiento de información se utilizó dos técnicas, la encuesta dirigida a la población de estudio y la entrevista realizada a las autoridades representantes de la parroquia. Previamente validada, revisar Anexo 3. Por otra parte, los instrumentos utilizados dentro de la información necesaria se detallan a continuación:

Encuesta

Se elaboró un cuestionario estructurado con el objetivo de indagar información relacionada a la dimensión de desarrollo económico, que consta de cuatro componentes principales ver Anexo

4, como primero se presentan datos informativos (género, edad, actividad económica, nivel de educación); en la segunda etapa se tomó como referencia datos sociales (tipo de vivienda, uso, servicios básicos); por otra parte el tercer componente denominado datos económicos (ingresos y gastos); finalmente se determina un último módulo como actividades productivas (producción agraria, ciudad de destino, principal producto), mismo que se aplicó a la muestra representativa de la población en general, con preguntas de opción múltiple las cuales son de fácil comprensión para el público objeto de estudio, priorizando la obtención de la información requerida.

Entrevista

Este tipo de técnica fue aplicada mediante un instrumento (cuestionario) ubicado en el Anexo 5 con preguntas abiertas relacionadas al capital territorial (vías, sitios ecológicos, servicios, capacitaciones) y desarrollo económico (apoyo gubernamental para el territorio, financiamiento, estrategias, proyectos), enfocados al análisis de la gestión y difusión de la parroquia en los temas anteriormente mencionados, los cuales fueron aplicados a los 5 miembros del GAD parroquia El Goaltal, considerados como representantes idóneos para proporcionar información, así como también su opinión relevante a las investigadoras para un posterior análisis que permita la determinación de estrategias que favorezcan a la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Una vez recolectados los datos mediante el uso de instrumentos de investigación y con el propósito de dar respuesta a las preguntas de investigación, en este capítulo se presenta el análisis de las dimensiones desarrollo económico y capital territorial, presentando un análisis de resultados y el planteamiento de la discusión, con base a la información obtenida y el criterio de los autores.

4.1. ANÁLISIS SITUACIONAL

4.1.1. Datos relevantes de la Parroquia

Tabla 6

Datos relevantes de la parroquia El Goaltal

Parámetros	Características
Ubicación	La parroquia el Goaltal perteneciente al cantón Espejo está ubicada al sur de la provincia del Carchi, se encuentra aproximadamente a dos horas de camino desde la ciudad de Ibarra por la vía a San Lorenzo.
Clima	El clima va desde subtropical húmedo hasta frío, con temperaturas de 6 hasta 23 grados Los valores de evaporación son de 35.5 mm (noviembre) y 44_3 mm (marzo).
Tradiciones	Cada época de verano los jóvenes y niños se concentran en los vados para represar el río con piedras palos y ramas y zambullirse en ellos.
Mercados	El Gualchán cuenta con un mercado ubicado en la plaza central, las ferias son el sábado y domingo.
Actividad Económica	Las principales actividades económicas de la parroquia son la agricultura y ganadería y piscícola en menor grado, las amas de casa se dedican al cuidado de sus hijos y familia en general, como también a la crianza de animales menores, ordeño de vacas y hacer quesos.
Población	La parroquia se caracteriza por la amabilidad de sus habitantes, así como su hospitalidad para con los turistas que visitan esta localidad, además de contar con una rica cultura tradicionalista, poseen también celebraciones relacionadas al catolicismo y creencias propias de los lugareños.
Salud	En la parroquia se encuentra el centro de salud tipo A Gualchán, el mismo que cuenta con implementos y equipos básicos para la atención a los pobladores del lugar.
Educación	La mayoría de los pobladores tienen estudios de nivel básico o primaria, sin embargo, existe una cantidad considerable de personas que no cuentan con ningún tipo de estudio.

Nota: Se describen las características principales de la parroquia El Goaltal, revisar Anexo 6.

4.2. RESULTADOS DEL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA PARROQUIA EL GOALTAL

4.2.1. Composición económica de la parroquia El Goaltal

4.2.1.1. Principal actividad económica

Tabla 7

Principal actividad económica

Educación	Actividad Económica						Total
	Independiente	Empleado público	Empleado privado	Agricultor/ganadero	Ama de casa	Estudiante	
Ninguno				62,5%	37,5%		100,0%
Primaria	8,0%		4,0%	52,0%	36,0%		100,0%
Secundaria	33,3%	16,7%	16,7%	8,3%	25,0%		100,0%
Tercer nivel						100,0%	100,0%
Total	9,5%	3,2%	4,8%	46,0%	33,3%	3,2%	100,0%

Nota: Porcentajes correspondientes a la relación entre la actividad económica y el nivel de educación de las personas de la parroquia el Goaltal.

Varias son las formas de medir las características de la actividad económica dentro de un determinado espacio de estudio, como, por ejemplo: la actividad independiente, empleado público o privado, agricultor, ganadero, ama de casa o estudiante. En el Ecuador la principal actividad económica a la que se dedican los habitantes es la agricultura y ganadería; actividades que se establecen como motor de la dinámica de mercado a nivel interno y externo del país.

En la parroquia el Goaltal se destacan como principales actividades la agricultura, ganadería, así como también la labor de ama de casa, la mayor parte de la población que se dedica a este tipo de actividad son personas que se encuentran en un nivel de educación primario o como se evidencia en la mayoría de los casos que no poseen ningún nivel de educación; el no contar con un nivel de educación óptimo impide que los habitantes de la parroquia desarrollen actividades que permitan su crecimiento profesional y económico, en consecuencia, los pobladores buscan dedicarse a la agricultura como actividad económica más práctica, favorable y de la cual tienen conocimientos, aportando así a su nivel de ingresos.

4.2.1.2. Principal producto agrícola

Tabla 8
Principal producto agrícola

Ingreso Mensual	Producto Agrícola						Total
	GUABAS	BANANO	CITRICOS	YUCA	CAFÉ	PIÑAS	
0 A 400	7,80%	17,60%	15,70%	41,20%	5,90%	11,80%	100,00%
401 A 800	10,00%	20,00%	20,00%	50,00%			100,00%
801 A 1000		50,00%		50,00%			100,00%
Total	7,90%	19,00%	15,90%	42,90%	4,80%	9,50%	100,00%

Nota: Se muestran los porcentajes correspondientes a la relación del producto agrícola con el ingreso mensual percibido.

La producción agrícola juega un papel fundamental dentro de la economía de un territorio principalmente si existe un manejo sustentable de la producción, dependiendo estrechamente del aprovechamiento de los recursos por parte de los agricultores, así por ejemplo la yuca es considerada como uno de los alimentos más rentables a la hora de cultivarlo pese a que su producción toma alrededor de 7 meses, sin embargo este producto es del que se tiene mayor conocimiento en cuanto al cultivo, cuidado y tiempo conlleva la producción, puesto que la comercialización de yuca representa la principal fuente de ingresos que oscila entre 400 a 800 dólares mensuales para los habitantes de la parroquia. Otros productos que se cultivan a mayor escala dentro de la zona son los bananos y cítricos en sus diferentes variedades, dado que son productos perennes, es decir que su producción se mantiene continua durante todo el año, lo cual mantiene un dinamismo en la economía relacionada a la venta de productos de origen agrario, se destaca además que el banano se encuentra en el segundo lugar de los productos que mayor ingresos genera a la producción, sin embargo la yuca duplica este porcentaje de producción, siendo así el principal producto en la relación producción – venta dentro de la zona.

4.2.1.3. Principal producto pecuario

Tabla 9
Principal producto pecuario

Género	Producto Pecuario			Total
	Leche	Carne	Peces	
Masculino	14,7%	23,5%	61,8%	100,0%
Femenino		34,5%	65,5%	100,0%
Total	7,9%	28,6%	63,5%	100,0%

Nota: los porcentajes que se muestran en relación del género con el producto pecuario de la zona.

La producción pecuaria es una de las fuentes de desarrollo representativas para el Ecuador, principalmente para las economías a mediana y pequeña escala, en esta producción se encuentran inmersas las actividades relacionadas a la crianza y comercialización de animales como ovinos, bovinos, así como sus derivados, además de especies acuáticas de la producción acuícola como: tilapia, trucha, camarón, entre otros relacionados con la actividad acuícola. El Goaltal posee características que propician el desarrollo de la actividad pecuaria, enfocada principalmente a la producción de cárnicos y crianza de peces para la comercialización, desarrollada en su mayoría por mujeres de la parroquia puesto que son quienes invierten tiempo y esfuerzo necesarios para la crianza y comercialización de peces como truchas y tilapias, considerándose que este tipo de actividad productiva alterna a la agricultura favorece al desarrollo de la economía familiar, fortaleciendo así la situación económica de la parroquia.

4.2.1.4. Nivel económico de los pobladores

Tabla 10
Ingreso económico

Género	Ingreso Mensual			Total
	0 A 400	401 A 800	801 A 1000	
Masculino	70,6%	23,5%	5,9%	100,0%
Femenino	93,1%	6,9%		100,0%
Total	81,0%	15,9%	3,2%	100,0%

Nota: los porcentajes corresponden a la relación entre el género y el ingreso mensual de la población de estudio

Según datos presentados por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), el 14,9% de las familias del nivel socioeconómico medio bajo se encuentra en la categoría D correspondiente al último nivel económico de acuerdo con la caracterización definida por esta institución. En concordancia con lo expuesto, se obtuvo que dentro de la parroquia el Goaltal la mayor parte de las familias de la zona obtienen ingresos menores a un salario básico unificado, así también se puede observar que las mujeres son quienes representan en mayor proporción este nivel de ingresos en comparación con la población masculina de la parroquia, por ende, las mujeres son quienes perciben más ingresos por el tipo de actividad económica que realizan, dinamizando más la economía del sector.

4.2.1.5. Gobernabilidad

La relación entre la parroquia y el GAD de El Goaltal y la población se ha considerado siempre de una manera activa, pese a las dificultades presentadas durante los periodos de gobernación de las autoridades. Dentro de las posibles problemáticas encontradas dentro de la localidad se

encuentra el bajo presupuesto destinado para las actividades económicas, productivas y recreacionales por parte de estado ecuatoriano. Se enfatiza, *“No hace mucho hicimos un proyecto en el que, les dimos a todas las personas que se inscribieron insumos para que inicien sus actividades productivas, les dimos dependiendo de lo que necesitaban algunos les entregamos tilapias para crianza, a otras matas de bananos, maíz, yuca, limones. Todo con el fin de apoyar a las economías de la familia de la zona...”*, así como tampoco se opera un presupuesto base para cada necesidad, el manejo del presupuesto a destinarse depende del criterio de la mayor autoridad de la parroquia juntamente con los miembros de la junta parroquiales quienes deciden cual será el aporte dependiendo de las actividades a desarrollar dentro de la localidad.

Sin embargo, las autoridades de la parroquia han incentivado a que instituciones tanto públicas o privadas inviertan dentro de la misma, así como también han hecho un llamado al desarrollo de proyecto en beneficio de la economía de la zona con el fin de brindar mayor apoyo a la localidad, no obstante, dichos proyectos no se han podido ejecutar debido al poco interés por parte de la población o a su vez por la falta de recursos y alcances que ameritan la ejecución de dichos proyectos.

4.2.2. Dinámica del mercado

Entendida como la interacción de dos fuerzas de macroeconomía, entre una cantidad de oferentes y demandantes en un determinado espacio físico, los cuales en ambos casos buscan satisfacer las necesidades ya sea mediante la fijación de precios, para la adquisición o venta de productos bienes o servicios.

En el caso del Ecuador y de la parroquia de estudio, misma que es rural, posee la ventaja tener un amplia variedad de vegetación y de un excelente clima, factores dominantes para la el cultivo agrícola y pecuario de la zona, aunque en El Goaltal, los términos técnicos no son entendidos, la ley de oferta y demanda son manejados, sin embargo se respeta la ley fundamental de acordar un precio a los diferentes productos, bienes o servicios y de que existan dos partes para manejar las transacciones. En tal razón se puede destacar el producto más relevante de la zona que es la yuca misma que es adquirida por intermediarios en la zona para su posterior venta y consumo final.

4.2.2.1. Características de la oferta

La población de El Goaltal es caracterizada por vivir en su mayoría de la agricultura y ganadería gracias al clima que posee el lugar, los principales productos tanto agrícolas como pecuarios que ofrece a su demanda vecina son originados de manera natural, sin procesos y de manera ancestral.

4.2.2.2. Factores que afectan la oferta

Como se mencionó, el vivir de la agricultura y ganadería es una de las formas más comunes de vivir en el Ecuador. Sin embargo, pues al no verse innovada la manera de transformar los productos naturales que brinda la naturaleza o ir transformando las formas rudimentarias de producir, se presenta un estancamiento en el desarrollo económico, como se visualiza en varias zonas de la nación incluida la parroquia El Goaltal, misma que posee como producto predominante la yuca, aspecto que puede afectar la demanda si no se utilizara de manera adecuada el producto en relación al precio, expectativas de los consumidores y tecnología usada sea para el cultivo o transformación de la misma.

Tabla 11

Factores que afectan la oferta principal producto (yuca)

		Producto Agrícola						
		GUABAS	BANANO	CITRICOS	YUCA	CAFÉ	PIÑAS	Total
Ingreso Mensual	0 A 400	7.1%	12.9%	11.4%	34.3%	5.7%	8.6%	80.0%
	401 A 800	1.4%	2.9%	2.9%	10.0%	0%	0%	17.1%
	801 en adelante	0%	1.4%	0%	1.4%	0%	0%	2.9%
Total		8.6%	17.1%	14.3%	45.7%	5.7%	8.6%	100.0%

Nota: los porcentajes corresponden a la relación entre el ingreso mensual y los productos agrícolas de la parroquia.

Los ingresos son el factor principal de estabilidad familiar, los hogares que poseen un nivel económico bajo, ubicados en la categoría D por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010), corresponden aquellas familias que se encuentran por debajo del salario básico, factor evidenciado en la parroquia objeto de estudio, mismas que pese a que su población poseen un producto natural, de excelente calidad como es la yuca, puntuando el 45.7% de producción total local y convirtiéndose así en el principal producto potencial de la zona, no han podido obtener mayores ingresos, pues al no transformar el producto y simplemente entregarlo a intermediarios que elaboran diferentes productos a partir de la excelente calidad de la yuca,

para su posterior venta al consumidor final, no se ha podido destacar el producto y tampoco incrementar los ingresos necesarios para el sustento diario familiar.

4.2.2.3. Características de la demanda

La demanda conocida, como la población que adquiere los diversos productos, bienes o servicios de un determinado lugar u ofertante, en la mayoría de los casos el demandante pretende u exige ciertas características en los productos o servicios. Como se mencionó anteriormente la parroquia El Goaltal, ubicada en la provincia del Carchi, posee un excelente clima, razón por la cual posee una variedad de productos agrícolas, pecuarios y además sitios turísticos. A continuación, se presentan las ciudades cercanas a la zona las cuales demandan los productos y servicios de El Goaltal.

Tabla 12
Ciudad de destino de los productos agrícolas

Ciudad de Destino	%
Ibarra	77,78%
Otavalo	3,17%
Tulcán	12,70%
Quito	6,35%
Total	100,00%

Nota: Principal ciudad de destino de los productos cultivados en la parroquia

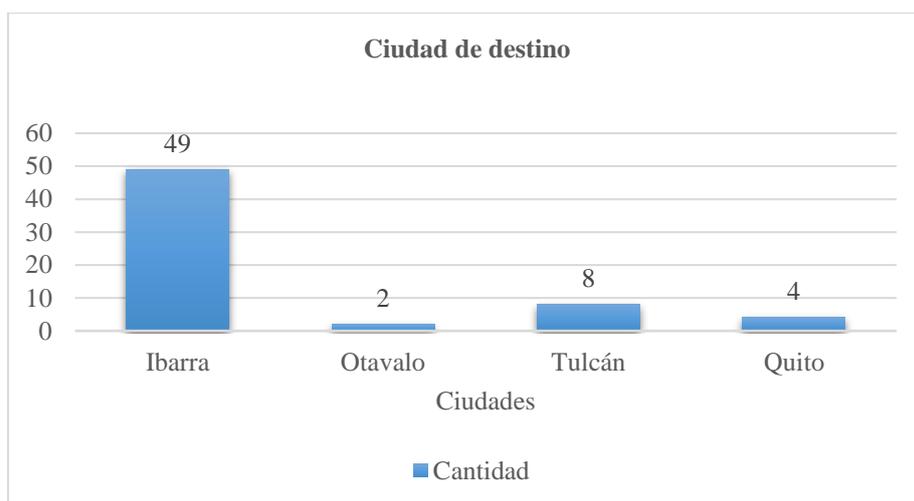


Figura 1 Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.

Fuente. Población parroquia el Goaltal (2020)

La ciudad mayormente demandante de los productos agrícolas y pecuarios de la parroquia El Goaltal, sin duda es la ciudad de Ibarra, en un 77,8% como se visualiza. Dentro de las

características de la demanda, en este caso los intermediarios, están el uso de su tiempo para viajar hacia la parroquia y adquirir los diversos productos agrícolas, el cambio de expectativas, gustos y preferencias, la valoración entre la calidad/precio y desde luego el estado de las vías factor por el cual se pone en desventaja la adquisición de los productos. Por otra parte, se puede aseverar que el apoyo provincial a las zonas rurales es casi nulo, pues como se demostró tan solo el 12.70% de ciudadanos tulcaneños visitantes del lugar adquieren estos productos ya sea para el consumo o como intermediarios.

4.2.2.4. Factores que afectan la demanda

La distancia, el estado de las carreras y una mala señalización son factores que afectan directamente a la demanda, la cual se ve interrumpida y frenada al momento de obtener los productos pecuarios del Goaltal, Las autoridades de la zona manifiestan el descontento con las carretas, pues si se mejoraran quizás la factibilidad de incluir una mediana empresa para la extracción de pulpas de frutas podría presentarse y de esa manera se mejoraría la economía del Goaltal y las fuentes de empleo, oportunidad y crecimiento se darían.

4.2.2.5. Posibles potencialidades turísticas

Los sitios turísticos, la naturaleza y el medio ambiente son factores que hoy en día captan la atención de propios y extraños en el país, Según la Organización Mundial de Turismo OMT (2017), el turismo se ha convertido en un factor clave de desarrollo y prosperidad mediante la obtención de ingreso, creación de fuentes de empleo, de empresas, emprendimientos y elaboración de infraestructura basada en mostrar la culturalidad en aquellos países con destinos crecientes, como es el caso del Ecuador, mismo que posee una infinidad de paisajes, entre ellos la parroquia el Goaltal, caracterizada por su clima subtropical húmedo y lleno de paisajes por descubrir.

El PDYOT de El Goaltal, indica múltiples lugares únicos, con los que las autoridades de la zona concuerdan dentro de los sitios turísticos más mencionados por la población de estudio, se encuentran las potencialidades que se muestran en el gráfico anterior, lugares que a pesar de encontrarse en la zona no han sido aprovechados de manera adecuada, es decir no se han dado a conocer por las autoridades, dentro de los factores que se han mencionado y que ocasionan el desconocimiento los lugares están, las restricciones dadas por las autoridades, aspecto reconocido por las mismas, además del acceso restringido, la poca o nula publicidad que se da y el factor quizás más relevante, la falta de innovación, capacitación y desconocimiento por

parte de la población, la cual ha decidido estancarse y conformarse con una cultura tradicionalista basada en la agricultura y ganadería.

4.2.3. Realidad de la cadena productiva de El Goaltal

El Ecuador es un país en vías de desarrollo, en donde al menos el 40% de su población son microempresarios o se dedican a actividades productivas relacionadas a cadenas productivas, que posteriormente serán transportados, combinados, transformados y vendidos a precios mucho más superiores que el de los microempresarios los cuales debido a su falta de innovación viven en situación de pobreza y por ende de mayor esfuerzo para superarse.

La cadena productiva de la parroquia El Goaltal se encuentra basada en cadenas productivas tradicionales, que generalmente se manejan en el país y se relacionan con commodities, es decir aquellos productos que no sufren cambios o alteraciones para su consumo, en función a esto los productores manejan los precios en función al mercado en este caso nacional.

4.2.3.1. Eslabones de emprendimiento

En la parroquia de El Goaltal el nivel de emprendimiento se ha visto afectado por un sin número de razones, el estado regular de las carreteras cercanas, el no tener una vía de acceso que motive la visita de turistas o que fomente la innovación son unos de los factores, sin embargo es importante rescatar que los pocos emprendimientos como almacenes, restaurantes, tiendas y agachaditos que funcionan en el lugar, manejan procesos u etapas, es este caso se los tomara en cuenta los mismos para presentar sus operaciones mediante los siguientes eslabones.



Figura 2. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.
Fuente. Población parroquia el Goaltal (2020)

Eslabón de Creación

En este caso se refiere a la exploración, investigación y puesta en marcha del negocio, en la parroquia El Goaltal pese a que esto se realiza de manera artesanal, es indispensable pues se establecen los medios y los productos, bienes o servicios que se ofertaran.

Eslabón de Promoción

Se basa básicamente en realizar diferentes actividades que faciliten la comprensión de los productos, bienes o servicios que se ofertan al público y que capten la atención y atracción de compra, pese a que en la parroquia este campo es escaso, es necesario para el correcto desenvolvimiento de los negocios.

Eslabón de consumo

Ocurre cuando el consumidor final adquiere el producto o servicio para satisfacer unas de sus necesidades de compra, en este caso se puede aseverar que los pocos negocios establecidos tienen aseguradas sus ventas debido a la escasez de competencia que se presenta en la zona.

4.2.3.2. Eslabones de producción agrícola

La población de la parroquia El Goaltal, se dedica en su mayoría a producir frutas y tubérculos, entre ellos la yuca como producto estrella sin embargo el proceso de producción agrícola no se maneja con eslabones o mediante procesos. Por ello a continuación se presentan los mismos detallando el proceso de producción agrícola que se lleva a cabo de manera indistinta en la zona.

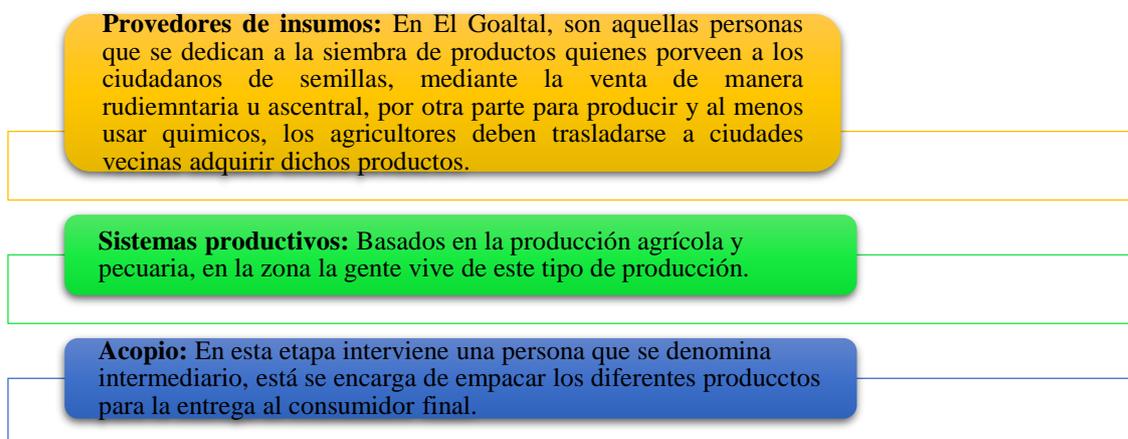


Figura 3. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.
Fuente. Población parroquia el Goaltal (2020)

4.2.3.3. Eslabones de producción piscícola

Pese a que no es una de las principales actividades o fuentes de ingresos de la población, es una actividad interesante y una forma de innovarse, es decir de crear nuevas fuentes de ingreso, este tipo de producción requiere de adecuadas instalaciones y una correcta selección de especies, pues la ser una zona subtropical húmeda, no todas las especies se adaptan, es tal razón se presentan ciertos eslabones que a continuación se detallan.



Figura 4. Destino de los productos agrícolas de El Goaltal.

Fuente. Población parroquia el Goaltal (2020)

Desarrollo del producto

Etapa en la que la persona que va a diseñar el negocio y a poner en marcha su idea debe ser capaz de buscar el lugar adecuado, la especie más adaptable, la alimentación de la especie, la limpieza, el proveer de agua.

Producción

En este caso la persona propietaria del negocio produce tilapias de engorde mediante el uso de balanceados adecuados para el consumo humano.

Comercialización

En esta etapa la persona se encarga de entregar al consumidor final el producto y la venta se acuerda mediante la fijación de un precio por libras o kilos.

4.3. RESULTADOS DEL CAPITAL TERRITORIAL DE LA PARROQUIA EL GOALTAL

4.3.1. Actividades productivas como desarrollo económico de la parroquia el Goaltal

Una de las principales fuentes de desarrollo dentro de la parroquia El Goaltal se centra la actividad agrícola enfocada en la producción y comercialización a menor escala principalmente de productos frutales que se cultivan en la zona, presentándose como producto principal la yuca,

el cual, debido a las características propias del lugar, da paso a que la producción de este tubérculo sea ventajosa frente a otras producciones locales del país, fortaleza del territorio que concuerda con lo expuesto por Flores Jimenes (2013) para el desarrollo de un determinado lugar. Sin embargo esta economía se ve estancada debido a factores internos y externos dentro de la localidad que impiden su crecimiento a mayor escala, dentro de estos factores se encuentra la escasez de conocimiento teórico que dinamice los procesos productivos, por otro lado la poca accesibilidad a la parroquia juega un papel fundamental a la hora de incrementar el comercio de este tipo de productos y por ultimo pero quizá el más importante es la rechazo total o parcial hacia la asociatividad, motivo por el cual esta economía se mantiene a menor escala y con un nivel de estancamiento alto desencadenando una reducción en el crecimiento económico de El Goaltal.

En concordancia con el criterio de Flor (2016) en su texto titulado “Emprendimiento para el cambio de la matriz productiva y el buen vivir”, menciona que el emprendimiento en el Ecuador corre riesgo puesto que no se encuentra desarrollado a nivel micro es decir que no parte desde el punto inicial del emprendedor, sino que este se centra únicamente a nivel macro, afectando directamente a quienes pretenden iniciar un emprendimiento en el país, así su vez menciona que existen tres elementos importantes que crean un dinamismo en la economía del emprendimiento, como el sector privado considerándose todas las empresas de este sector, el gobierno incluidas sus dependencias y por último la academia es decir la educación en dicho tema.

El emprendimiento es considerado el principal medio por el cual las economías débiles han logrado surgir a nivel del territorio, sin embargo, este componente dentro de la Parroquia el Goaltal deberá ser enfocado a las necesidades de la población, así como también las necesidades del mercado nacional o de los consumidores finales beneficiarios de los resultados obtenidos. Es por ello que el dinamismo de la economía a través del emprendimiento debe contar con cambios en la estructura de la producción, es decir que se desarrolle un enfoque más allá de la producción de la materia prima, por lo contrario, esta técnica deberá estar enfocada en la transformación de estos productos, creando así fuentes de incremento de la economía local, así como también el reconocimiento a nivel nacional.

4.3.2. Capital territorial como fuente de desarrollo

El capital territorial

Como asevera Requejo (2009), el capital territorial de un determinado territorio no solo consiste en el capital material e inmaterial, el cual genera ingresos a sus ciudadanos, sino además está conformado por aspectos diferentes o procesos de desarrollo, como costumbres, espacios naturales, características territoriales, etc.

Adicional, al estilo de vida y una economía basada en la agricultura que poseen los ciudadanos de la parroquia El Goaltal, la cual realmente no genera grandes beneficios económicos para aquellos que lo practican, la zona posee una amplia variedad de sitios turísticos, mismos que se formaron naturalmente, gracias a las excelentes tierras y naturaleza de la zona.

El capital territorial se encuentra en situación de sostenibilidad, mismo se clasifica en tres componentes importantes de analizar, el capital natural, el capital social, y el capital construido, estos aspectos son parte fundamental al momento de estudiar el capital territorial como fuente de desarrollo económico en la parroquia El Goaltal, pues un lugar no solo está comprendido por la extensión de territorio, sino por las costumbres, tradiciones, historia y demás aspectos que posee un territorio.

Los espacios o recursos naturales como vertientes, ríos, reservas, bosques que poseen determinados territorios, permiten garantizar el bienestar de la población. En la actualidad el mundo entero se encuentra potenciando el sector del ambiente, por otra parte, el capital físico nace de la innovación humana, el cual suele ser tan atractivo para zonas aledañas a determinados lugares. El Goaltal, es un lugar natural lleno de posibles potencialidades, aunque la población de la zona no reconozca las oportunidades de desarrollo económico que pueden desarrollarse, se podría capacitar a la población y destacar la parroquia rural. Por otra parte, el capital social entendido como el conjunto de tradiciones, personalidad o estructura social que poseen la población de la parroquia podría llegar atraer las visitas de futuros turistas.

La conjugación de los tres recursos antes mencionados genera sostenibilidad a un territorio, solo si la población sabe aprovechar. El desarrollo económico relacionado con el capital territorial y el comportamiento humano implica un estudio de costumbres, derechos, niveles de escolaridad, que, pese a que en la presente investigación no han sido interrelacionadas, serán la ruta para el establecimiento de una estrategia basada en el desarrollo económico de El Goaltal.

V. PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIA

En el presente capítulo se desarrollará un esquema integral basado en el planteamiento de estrategias, conformado por dos etapas (etapa de aportación de la información y etapa de ajuste), esquema que permitirá identificar, seleccionar y establecer las posibles estrategias ejecutables en la parroquia de estudio.

5.1. Etapa de información

Esta etapa comprenderá el desarrollo de dos matrices como son: Evaluación de Factores Externos (EFE) y Evaluación de Factores Internos (EFI), mismas que permitirán presentar información adecuada por medio de una ponderación, para posteriormente establecer las posibles estrategias.

Por una parte, la matriz EFE, identificará oportunidades y amenazas de la parroquia El Goaltal; mientras que la matriz EFI, resaltarán aquellas debilidades y fortalezas necesarias dentro del estudio.

5.1.1. Evaluación de factores externos (EFE)

Tabla 13

Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Factores Externos	Valoración	Clasificación	Ponderación
Oportunidades			
Establecimiento de convenios con instituciones gubernamentales para el desarrollo local.	0,1	3	0,3
Aprovechar la existencia de recursos ecológicos.	0,08	2	0,16
Ofertas de capacitación de instituciones privadas de desarrollo del agro.	0,1	3	0,3
Buscar alternativas de comercialización e industrialización de los productos agrícolas de la parroquia.	0,16	4	0,64
Articulación con empresas privadas.	0,05	2	0,1
Amenazas			
Incremento de la crisis económica del país, debido a la pandemia Covid-19.	0,1	2	0,2
Alto índice de desempleo.	0,12	3	0,36
Desinterés ciudadano en temas asociativos y formativos.	0,15	1	0,15
Falta de mantenimiento a las vías.	0,05	3	0,15
Falta de apoyo a la industrialización por parte de instituciones públicas.	0,09	3	0,27
TOTAL	1		2,63

Nota: Ponderación de oportunidades y amenazas matriz EFE

Una vez desarrollada la matriz EFE, se determina un valor de 2,63, mismo que se ubica por encima del valor ponderado promedio, lo que asevera que la parroquia el Goaltal mantiene estrategias basadas en el aprovechamiento eficiente de sus recursos y oportunidades, por ende, puede contrarrestar las amenazas existentes. Es importante resaltar que la oportunidad más relevante de la parroquia se centra en la búsqueda de alternativas de comercialización de los productos agrícolas de la parroquia, misma que no ha sido manejada en favor de la producción y desarrollo local.

Por otra parte, dicha oportunidad es contrarrestada por la amenaza principal que radica en falta de interés ciudadano en temas de asociatividad y formación, lo que hasta el momento mantiene estancada la economía local.

5.1.2. Evaluación de factores internos (EFI)

Tabla 14

Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Factores Internos	Valoración	Calificación	Ponderación
FORTALEZAS			
Ferias locales recurrentes para comercializar los productos.	0,06	3	0,18
Valoración de los principales lugares como fuente de turismo.	0,08	3	0,24
Clima y suelos propicios para el desarrollo de actividades productivas.	0,15	4	0,6
Producción agrícola de alta calidad.	0,1	4	0,4
Compañerismo y trabajo en equipo.	0,08	4	0,32
DEBILIDADES			
La parroquia carece de equipos necesarios para la industrialización de productos agrícolas.	0,12	2	0,24
No disponen infraestructura adecuada para el desarrollo de actividades comerciales.	0,1	2	0,2
Débil apoyo a la producción y economía local por parte de las autoridades.	0,08	2	0,16
Falta de capacitación sobre el turismo y desarrollo económico.	0,07	2	0,14
La parroquia no cuenta con emprendimientos en donde los habitantes puedan laborar.	0,16	1	0,16
TOTAL	1		2,64

Nota: Ponderación de fortalezas y debilidades matriz EFI

Con el desarrollo de la matriz EFI se determina el valor de 2,64 ubicado sobre el valor ponderado medio, destacando las fortalezas que posee la parroquia entre las principales se encuentra el clima y suelos propicios para el desarrollo de actividades productivas, que compensa la afectación de las debilidades existentes dentro de la parroquia que han

desencadenado la falta de emprendimientos en la zona, en donde los habitantes puedan laborar, mejorar sus ingresos y desarrollar su economía de mejor manera.

5.2. Etapa de ajuste

Fundamentada en el planteamiento de la etapa inicial denominada aportación de la información, tiene como finalidad ajustar los cuatro componentes de la matriz FODA, que resaltan factores internos y externos que pueden favorecer a la parroquia, mediante la elaboración de las matrices FODA estratégico y PEYEA.

5.2.1. Diagnóstico de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA)

Tabla 15
Desarrollo de la matriz FODA

Fortalezas	Debilidades
1 Ferias locales recurrentes para comercializar los productos	1 La parroquia carece de equipos necesarios para la industrialización de productos agrícolas.
2 Valoración de los principales lugares como fuente de turismo	2 No disponen infraestructura adecuada para el desarrollo de actividades comerciales.
3 Clima y suelos propicios para el desarrollo de actividades productivas	3 Débil apoyo a la producción y economía local por parte de las autoridades del GAD parroquial.
4 Producción agrícola de alta calidad	4 Falta de capacitación sobre el turismo y desarrollo económico.
5 Compañerismo y trabajo en equipo	5 La parroquia no cuenta con emprendimientos en donde los habitantes puedan laborar.
Oportunidades	Amenazas
1 Establecimiento de convenios con instituciones gubernamentales para el desarrollo local.	1 Incremento de la crisis económica del país, debido a la pandemia Covid-19.
2 Aprovechar la existencia de recursos ecológicos.	2 Alto índice de desempleo.
3 Ofertas de capacitación de instituciones privadas de desarrollo del agro.	3 Desinterés ciudadano en temas asociativos y formativos.
4 Buscar alternativas de comercialización e industrialización de los productos agrícolas de la parroquia.	4 Deficiente mantenimiento a las vías.
5 Articulación con empresas privadas.	5 Poco apoyo a la industrialización por parte de instituciones públicas.

Nota: Descripción componentes de la matriz FODA.

A continuación, se establecen estrategias con base a los componentes planteados anteriormente que favorecen al desarrollo de la parroquia, para lo cual se realiza una matriz de FODA estratégico presentado en la siguiente página.

Tabla 16*Estrategias matriz FODA*

Estrategias FO (Ofensivas)	Estrategias FA (Defensivas)
F3,F4,F5,O3,O4 Crear una asociación que permita aprovechar la producción agrícola de calidad enfocada en la búsqueda de nuevos mercados en los que se promocióne los principales productos de la parroquia. F2,O2,O5 Crear una asociación que promocióne y difunda los atractivos turísticos así como actividades complementarias que dinamicen la economía de la parroquia.	F2, F4, A2 Desarrollar planes de contingencia que resalten la calidad de los productos agrícolas, así como la potencialidad ecológica, dando apertura a nuevos mercados de venta e incrementando las fuentes de empleo directo.
Estrategias (DO) (Reorientación)	Estrategias DA (Supervivencia).
D4, O1, O5 Participar en programas de capacitación brindados por el gobierno central, para fomentar el desarrollo local y la reactivación económica de la zona, con ayuda de los líderes locales. D5, O4 Hacer uso de las principales redes de comunicación para difundir los productos agrícolas de la localidad, promoviendo la participación comunitaria	D5, A3 Disminuir el desinterés asociativo ciudadano mediante incentivos empresariales beneficiosos para la población y la economía local.

Nota: Se describen las principales estrategias posibles para la parroquia.

5.2.2. Matriz PEYEA

Una vez desarrollada la matriz FODA enfocada en determinar estrategias, se considera que las estrategias aplicables dentro de la parroquia son dos:

1. Crear una asociación que permita aprovechar la producción agrícola de calidad enfocada en la búsqueda de nuevos mercados en los que se promocióne los principales productos de la parroquia.

Estrategia 1

Tabla 17*Variables a evaluar*

Fuerza Financiera (FF)	Valor	Ventajas Competitivas (VC)	Valor
Endeudamiento	3	Calidad y variedad de productos	-1
Capital	6	Trabajo en equipo	-3
Riesgo del negocio	2	Participación en el mercado	-4
		Conocimiento de la producción agrícola	-3
Promedio	3,7	Promedio	-2,8
Fuerza de la Industria (FI)	Valor	Estabilidad del Ambiente (EA)	Valor
Atractivos turísticos	4	Competencia	-5
Potencial de crecimiento agrícola	6	Emprendimiento	-1
Demanda	5	Variabilidad de la demanda	-4
Convenios con el Estado	2	Inflación	-3
Promedio	4,3	Promedio	-3,3

Nota: Cuadrantes Matriz PEYEA, estrategia 1

Resultados

Tabla 18

Cálculo de coordenadas

$X=VC+FI$	$Y=EA+FF$
$X=-2.8+4.3$	$Y=-3.3+3.7$
$X=1.5$	$Y=0,4$

Nota: Coordenadas Matriz PEYEA

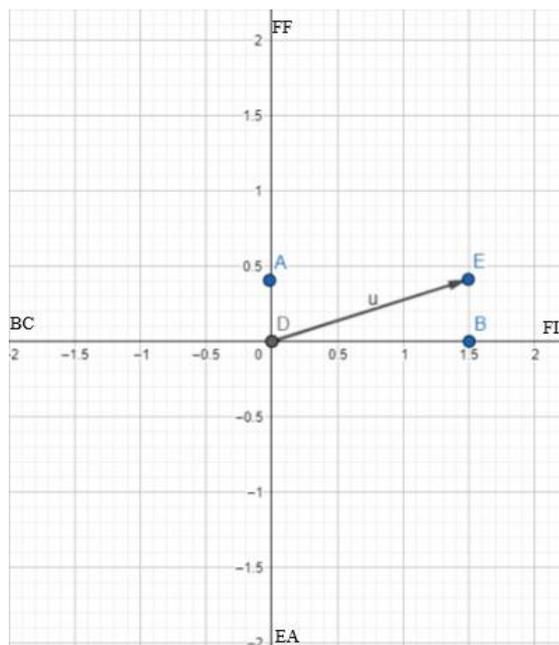


Figura 5. Cruce de coordenadas Estrategia 1

Nota: Ilustración coordenadas Matriz PEYEA.

Una vez presentada tanto la matriz PEYEA, la figura 6, expresa que la ubicación de la estrategia está en el perfil agresivo, lo que indica que la parroquia El Goaltal mantiene fortalezas suficientemente aptas para superar las debilidades, evitar amenazas actuales; por lo tanto, es posible implementar la estrategia planteada basada en el aprovechamiento de la producción agrícola, mediante la matriz FODA, con la finalidad de favorecer al desarrollo socioeconómico de la parroquia de estudio.

2. Crear una asociación que promueva y difunda los atractivos turísticos, así como actividades complementarias que dinamicen la economía de la parroquia. Posteriormente se aplicará una matriz PEYEA para determinar que estrategia prioriza el aprovechamiento de las potencialidades de la parroquia El Goaltal.

Estrategia 2

Tabla 19

Variables por evaluar

Fuerza Financiera (FF)	Valor	Ventajas Competitivas (VC)	Valor
Endeudamiento	2	Variedad de atractivos	-1
Capital	1	Trabajo en equipo	-4
Riesgo del negocio	2	Participación en el mercado	-5
Promedio	1,67	Promedio	-3,33
Fuerza de la Industria (FI)	Valor	Estabilidad del Ambiente (EA)	Valor
Atractivos turísticos	5	Competencia	-6
Potencial de crecimiento turístico	3	Emprendimiento	-2
Demanda	2	Variabilidad de la demanda	-4
Convenios con el Estado	1		
Promedio	2,75	Promedio	-4

Nota: Cuadrantes Matriz PEYEA, estrategia 2

Resultados:

Tabla 20

Cálculo de coordenadas

$X=VC+FI$	$Y=EA+FF$
$X=-3.33+2.75$	$Y=-4+1,67$
$X=-0.58$	$Y=-2,33$

Nota: Coordenadas Matriz PEYEA

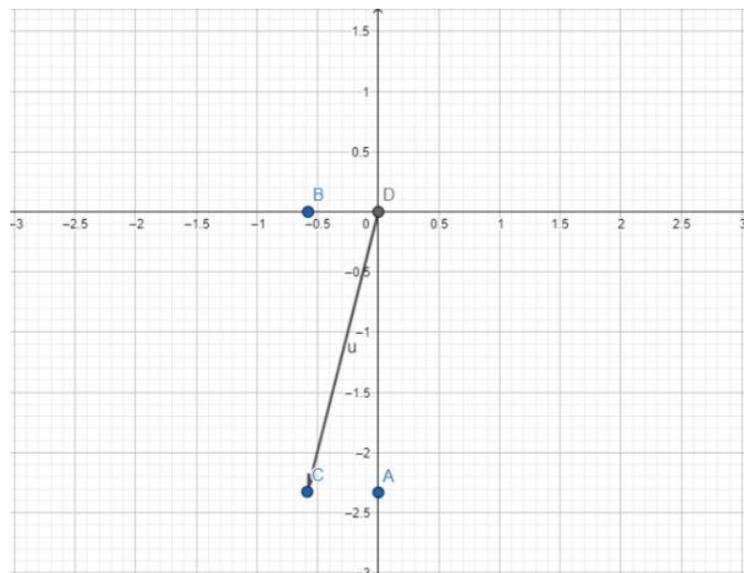


Figura 6. Cruce de coordenadas estrategia 2

Nota: Ilustración coordenadas Matriz PEYEA

Como se presenta en la figura 6, la ubicación de la estrategia 2, está en el perfil defensivo, lo que indica que la parroquia el Goaltal, debe intentar mejorar las debilidades y ser capaz de evitar

las amenazas que se presenten, con relación a los sitios turísticos que posee, se puede aseverar que no es factible puesto que implica, mayores esfuerzos, recursos tanto tecnológicos, financieros, así como talento humano.

Una vez planteadas las estrategias 1 y 2, se ha podido establecer que la estrategia más adecuada y adaptable a la realidad socioeconómica y que permite el aprovechamiento de las potencialidades de la parroquia El Goaltal es la estrategia denominada: Crear una asociación que permita aprovechar la producción agrícola de calidad enfocada en la búsqueda de nuevos mercados en los que se promocióne los principales productos de la parroquia, debido a que existe mayor potencialidad productiva por parte de la población de estudio, quienes poseen conocimientos en aspectos relacionados con la producción agrícola.

Por otra parte, dentro de los factores fundamentales que impiden la aplicación de la estrategia denominada: Crear una asociación que promocióne y difunda los atractivos turísticos, así como actividades complementarias que dinamicen la economía de la parroquia, están las escasas fuentes de apoyo económico, deficientes inversiones en infraestructura y adecuamiento de sitios turísticos, distancias considerables entre los atractivos ecológicos, en centro poblado y la ciudad de destino.

5.3. Despliegue del programa

A continuación, se describe la propuesta de una de las estrategias primordiales basada en la creación de una asociación dedicada a la producción y comercialización de productos agrícolas de la parroquia El Goaltal, por medio del planteamiento de un modelo asociativo en concordancia con el trabajo realizado por Torres Montaña (2015).

La productividad es necesaria para mantener una economía estable, como anteriormente se menciona la parroquia El Goaltal es una zona caracterizada por su producción agrícola en la provincia del Carchi, sin embargo dentro de la misma se produce un estancamiento en la transformación e innovación productiva acompañado de una accesibilidad poco favorable a la zona y de la falta de apoyo por las autoridades competentes, razón por la cual se plantea una estrategia basada en un modelo de asociatividad, que generará valor al producto estrella de la zona, la yuca la cual en el año genera el valor económico más representativo de los productores locales.

Para llevar a cabo un modelo de asociatividad dentro de la parroquia de estudio se recomienda tomar como referencia el modelo cooperativo de microempresas, pequeñas y medianas empresas orientado al desarrollo económico local, planteado por López Cerdán (2003) y relacionado a la realidad socioeconómica detectada en la parroquia El Goaltal.

El modelo mencionado está conformado por cuatro fases cada una de ellas fundamentales divididas por etapas que garantizan una asociatividad sólida, constituida, con capacidad de gestión administrativa y operativa.

Mediante el análisis presentado en el capítulo anterior, se considera que este modelo es pertinente, por lo cual al aplicarlo en la zona no solo se conseguirá beneficios económicos de los intervinientes, sino que se logrará el desarrollo del capital social fundamentado en una organización de tipo social, en donde las relaciones entre ofertantes y demandantes se fortalecerán mediante el establecimiento de pautas para su desarrollo.

Tabla 21

Modelo de asociatividad El Goaltal

		Mostrar la oportunidad de negocio.
FASE 1	Promoción y Selección	Identificar posibles asociados. Seleccionar y calificar asociados
FASE 2	Conformación del grupo	Definir un reglamento. Llevar a cabo reuniones periódicas. Brindar apoyo a pequeños productores.
FASE 3	Definir lineamientos	Definir objetivos comunes. Identificar áreas objetivas. Plantear planes de acción.
FASE 4	Operatividad	Plantear modelo operativo. Iniciar operaciones. Monitorear actividades.
FASE 5	Fortalecimiento	Evaluar resultados. Verificar información.

Nota: Estudio aplicado por (López Cerdán, 2003)

a) Promoción y Selección

Es esta fase se pretende despertar las ganas de formar parte de la asociatividad, en los productores de la zona, mismo que será llevado a cabo por el organizador, el cual dará a conocer que el fin de la asociatividad es cooperar con los productores de yuca y juntar esfuerzo para innovar en la producción, aumentar la productividad, crear relaciones de confianza con los clientes, coordinar actividades y conseguir objetivos comunes.

A continuación, se detalla las causas actuales de la población dedicada a producir yuca en la zona.

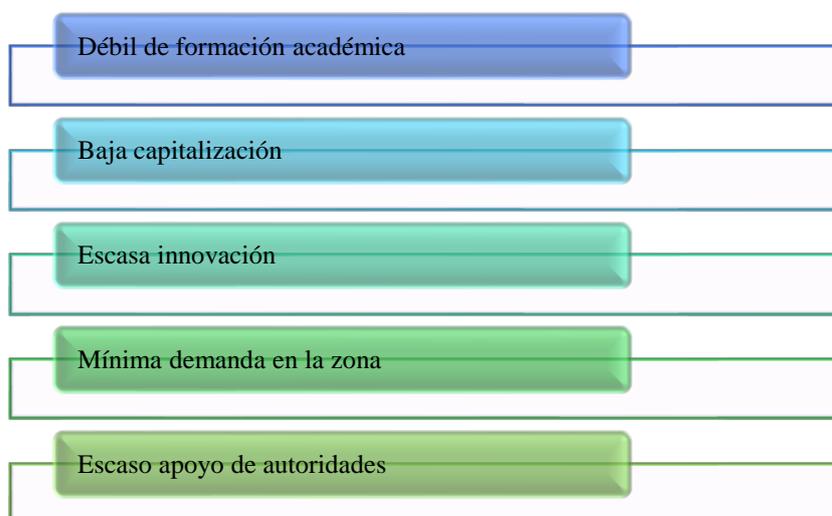


Figura 7. Causas actuales individualismo productivo

Nota: Situación actual de los productores locales

A partir de ello el reto que se presenta es el de lograr cambiar la mentalidad de los productores de yuca en la zona, conseguir interacción, compromiso, uso de tecnología y fomentar que el trabajo en asociación es una estrategia bien elaborada para conseguir un proceso productivo y de comercialización.

Beneficios

- El beneficio lucrativo por concepto de costos de insumos será repartido a todos los integrantes, por ende, los precios de venta serán superiores.
- Los insumos al ser adquiridos en mayor cantidad se obtendrán a precios inferiores de hasta el 13% respecto a intermediarios, el ahorro que se obtenga podrá usarse para una futura inversión o adquisición de tecnología que permita innovar el sector productivo de El Goaltal.
- El costo de producción por kilogramo de yuca a diferencia de la actualidad donde se desconoce el valor será aproximadamente será de 0.28 centavos en la zona, será vendido al productor a 0.40 centavos, el productor venderá al intermediario a 0.48 centavos y el consumidor final lo adquirirá por un valor de 0.60 centavos, precios razonables.
- Al ser un grupo y asociación constituida formalmente, los miembros tendrán acceso a capacitaciones, asesorías y apoyos por parte de las autoridades zonales y mediante ello se eliminará el uso de intermediarios para vender la yuca en ciudades vecinas.

- Los productores de yuca de la parroquia en la actualidad hacen uso de sus recursos mínimos, casi escasos para adquirir sus insumos, la asociatividad dará acceso a financiamiento a los productores, los cuales podrán acceder a líneas de crédito productivas preferenciales impulsadas por el Ministerio de Agricultura del país, o por entidades enmarcadas a la productividad como BanEcuador.

Requerimientos

- Participar activa y democráticamente.
- Asistir a capacitaciones y compartir información con todos los asociados.
- Demostrar interés en el desarrollo socioeconómico de la parroquia.
- Capacidad de trabajo.

Los productores locales de yuca mantienen necesidades, por ende, para lograr conseguir integración se obtendrán ventajas tales como se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 22
Ventajas de integración

ADMINISTRACIÓN	Reducción en costos de operación.
	Acceso a asesoría tanto interna como externa.
	Acceso a nuevas formas de innovación (tecnología).
PRODUCCIÓN	Costos de producción inferiores.
	Reducción de riesgos productivos.
	Lograr transformar la tuca en un producto elaborado.
COMERCIALIZACIÓN	Incrementar la capacidad de negociación.
	Ofrecer productos de calidad y con variedad, ejemplo vino de yuca, panes de yuca, etc.
	Construir una imagen de marca que aporte con los miembros de la asociación.
	Reducir intermediarios.
	Unir asociaciones del lugar y eliminar de alguna forma la competencia en la zona.

Nota: Integración y asociatividad productores de yuca El Goaltal.

La asociatividad fracasa debido a la falta de cooperación de los integrantes, intereses propios e incumplimiento de normas acordadas, que sumadas impiden cumplir objetivos comunes. Por ello se deberá seleccionar productores con alta capacidad, trabajo que lo realizará el organizador, un ejemplo técnico se muestra en la tabla 23, mediante el uso de la siguiente herramienta.

b) Conformación del grupo

Para el desarrollo de esta fase es necesario definir un representante para la asociación quien se encargará de coordinar las relaciones con las personas que formarán parte de la asociación, así como también deberá definir metodologías de trabajo como un reglamento y términos de conformación con las personas que se trabajará; el uso de canales de información; propósitos de la asociación; delegaciones de trabajo; aportes económicos y beneficios colectivos e individuales dentro de la asociación.

Es necesario el establecimiento de acciones con el fin de lograr el cumplimiento de los fines pertinentes de la asociación:

Tabla 23

Ejemplo de requerimientos administrativos para la asociación

COMPONENTE	CONCEPTO	MÁXIMO	CALIFICACIÓN
PLANIFICACIÓN	Insumos	10	
	Ventaja de productos	10	
	Frecuencia de siembra y cultivo	10	
	Venta de la yuca	10	
ORGANIZACIÓN	Proceso de siembra y cosecha	10	
	Formas correctas de comunicación	10	
	Designación de funciones	10	
	Procedimientos	10	
DIRECCIÓN	Participación	10	
	Manejo de conflictos	10	
	Toma y apoyo de decisiones	10	
	Información adecuada	10	
CONTROL	Valoración de suelos	10	
	Tipos de plagas	10	
	De insumos	10	
	Recursos financieros	10	
TOTAL			

Nota: El aspirante deberá cumplir mínimo 40 puntos para ser aceptado dentro de la asociación.

Tabla 24

Acciones para la asociatividad

Propósito	Acciones
Establecimiento de lineamientos	<ul style="list-style-type: none"> -Definir fecha y lugar para las reuniones, por ejemplo, se las puede realizar cada sábado junto a las oficinas del GAD El Goaltal. -Brindar apoyo e información a los pequeños productores. -Incentivar a los productores hacia el logro de beneficios sociales. -Establecer las acciones a realizar cada semana. -Dar apertura para las sugerencias y dudas de cada asociado. -Establecer convenios instituciones públicas o privadas con el fin de obtener capacitaciones para los agricultores. -Informar sobre los logros alcanzados

Nota: Actividades para el logro de la asociación

c) Definir lineamientos

En este punto los asociados deberán definir las acciones a realizar en busca de un objetivo en común, establecer áreas de trabajo y planes de acción para el cumplimiento de los objetivos.

Tabla 25
Acciones asociativas

Áreas	Acciones
Marketing	Imagen corporativa
	Marca del producto
	Estudio de mercado
	Inserción de productos
	Promoción y difusión
	Seguimiento a clientes
Talento Humano y equipos	Contratación de personas de la parroquia para diferentes áreas
	Capacitación y asesoramiento
	Normativas de contratación y tareas
	Establecimiento de un centro de acopio
Infraestructura	Almacenamiento de productos
	Inventariar los productos
	Gestionar la compra de un vehículo en conjunto
Tecnología	Gestionar espacios con dependencias del Estado
	Adquisición de equipos agrícolas e industriales
	Adquisición de software contables
	Buscar herramientas tecnológicas para las diferentes áreas
Financiamiento	Gestionar créditos conjuntos
	Aportes gubernamentales
	Compra de insumos a crédito
Logística	Compartir el transporte con diferentes productos
	Establecer una cadena de entrega
	Distribuir adecuadamente los productos
	Mantener la entrega directa

Nota: Se establecen acciones dependiendo de las áreas de trabajo intervinientes

De acuerdo con lo expuesto anteriormente es necesario establecer una estructura organizacional para el desarrollo de la asociación.

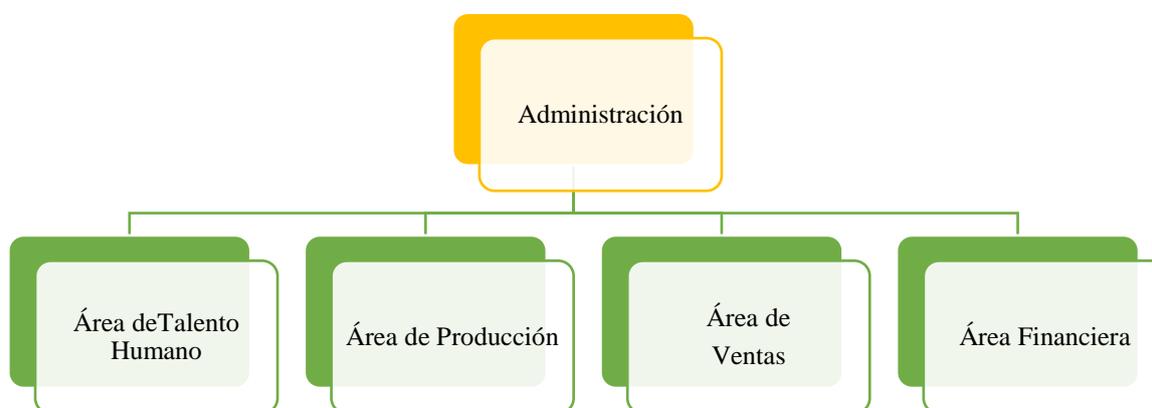


Figura 8. Establecimiento de la estructura organizativa

Nota: Estructura organizacional de la asociación.

Una vez conformada la asociación es importante que se establezcan objetivos medibles y alcanzables con el fin de obtener logros en un plazo determinado por los miembros de la asociación; estos objetivos deberán estar ligados a diferentes áreas como los clientes, aspectos financieros, de procesos internos, número de empleados, desarrollo empresarial y productivo, responsabilidad, entre otros. Además, se deberá establecer una identidad corporativa que refleje los propósitos y meta que tiene la organización.

d) Gestión

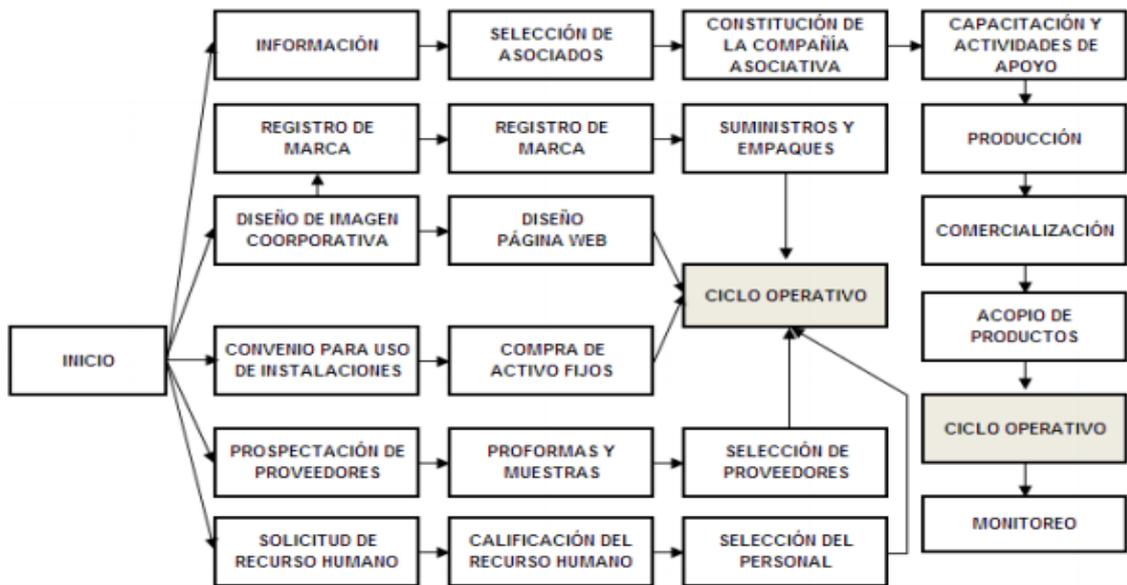


Figura 9. Establecimiento del modelo referencial.

Nota: Modelo operativo referencial, Torres (2015)

La estrategia que la parroquia El Goaltal debe implementar, con base a la información obtenida y a los análisis elaborados principalmente radica en la asociatividad, para lo cual debe:

- Conformar un grupo sólido para el desarrollo de trabajo adecuado.
- Establecer procesos de gestión, que garanticen la calidad de los productos agrícolas y el cumplimiento oportuno de entrega.
- Reestructurar el modelo de producción rudimentario mediante el uso de equipos tecnológicos.
- Fijar un ambiente adecuado, positivo y confiable que mantenga el compromiso de los miembros de la asociación, de forma que atiendan los requerimientos de la demanda.
- Diseñar mecanismos de evaluación (informes y/o fichas), que midan el grado de cumplimiento de los objetivos planteados.

e) Mantenimiento y crecimiento

A modo de mejorar y mantener un grupo consolidado en la asociación, se deberá monitorear la gestión periódicamente, con la finalidad que se evalúe el cumplimiento de objetivos, se detecte falencias oportunamente y se implementen acciones correctivas

Para desarrollar las actividades de monitoreo se propone indicadores basados en las perspectivas financiera, de crecimiento, de procesos internos, de cliente y de responsabilidad social.

Indicadores financieros

- Indicadores de liquidez.
- Indicadores de endeudamiento.
- Indicadores de actividad.
- Indicadores de rentabilidad.

Indicadores de crecimiento

- Volumen de ventas
- Número de empleados
- Activo total
- Ingresos
- Inversión

Indicadores de procesos internos

- De calidad
- De productividad
- De capacidad
- Tiempos de respuesta

Indicadores de clientes

- Atracción de clientes
- Satisfacción
- Capacidad de retención del cliente

Indicadores de responsabilidad social

- Condiciones Laborales.
- Relaciones con Terceras personas.
- Inversión de Recursos Económicos, Talento humano y Materiales.
- Desarrollo y Participación de los empleados.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

- En la presente investigación, se estudiaron dos dimensiones: desarrollo económico y capital territorial, con la finalidad de determinar una estrategia de promoción socioeconómica para la población de la parroquia El Goaltal, misma que da solución a la problemática evidenciada, caracterizada por mantener un nivel de ingresos relativamente bajo, mediante el planteamiento de una estrategia basada en la asociatividad y las ventajas de formar parte de un grupo consolidado, estable para promocionar los productos agrícolas de excelente calidad de manera directa al consumidor final, sin la necesidad de utilizar intermediarios.
- La parroquia El Goaltal gracias a su clima subtropical húmedo ha propiciado el sustento de la economía local por medio de las actividades agrícolas, piscícola y ganadera, además pese a poseer atractivos naturales y ecológicos la población centra las actividades netamente en la producción, la falta de educación, capacitación, uso de tecnología, convierte a esta localidad en un territorio desarticulado, liderado por autoridades poco preocupadas, por ende con fuentes de empleo y emprendimientos escasos, ingresos familiares bajos, mala calidad educativa y aspectos que limitan aprovechar las ventajas que posee el lugar.
- Es importante estudiar las dimensiones desarrollo económico y capital territorial por medio de la identificación de las potencialidades o cualidades que posee el territorio de estudio, puesto que al tener una idea clara de la situación en la que se encuentra, al igual que permite realizar un análisis a profundidad con el fin de buscar alternativas y estrategias que destaquen las fortalezas de la zona y permitan su desarrollo socioeconómico.
- A nivel de desarrollo económico, se determina que en la parroquia El Goaltal existen deficiencias que imposibilitan el crecimiento socioeconómico, entre ellos la falta de organización, la baja capacidad de innovación, así como la escasa asistencia formativa y técnica, deficiencias que han servido de base para presentar una estrategia fundamentada en la asociatividad.
- Por medio del estudio se evidenció que la parroquia El Goaltal cuenta con una extensión considerable de capital territorial como bosques, cascadas, senderos, entre otras de actividades turísticas que podrían propiciarse como una alternativa de promoción

socioeconómico; sin embargo, el difícil acceso vial y la lejana ubicación de la parroquia impiden que se plantee y desarrolle una estrategia que permita la explotación de dichos recursos turísticos que buscan el dinamismo de la economía local.

- El planteamiento de una estrategia enfocada a la creación de una asociación dedicada a la producción y comercialización de productos agrícolas, entre ellos el producto estrella será la yuca, mismos que permitirán el aprovechamiento de los potenciales que posee la parroquia El Goaltal, determinando el objetivo principal que tendrá al eliminar a los intermediarios comerciales y apoyar al crecimiento productivo y económico de los habitantes que podrán difundir sus productos en mercados nacionales e incluso llegar a una mercantilización en mercados internacionales.
- Finalmente, se concluye que para generar la promoción socioeconómica dentro de la parroquia El Goaltal, es fundamental establecer la asociatividad, con el fin de unir esfuerzos y centrarse en objetivos colectivos que generen valor compartido mediante la implementación de estrategias que transformen al lugar en una localidad competitiva, en mercados nacionales e internacionales a futuro, caracterizados por poseer procesos innovadores, enfocados en la generación de valor y dando respuesta a las principales problemáticas evidenciadas por medio del estudio realizado puesto que no pueden solucionarse de manera individual.

6.2. RECOMENDACIONES

- Una vez finalizada la investigación se aspira que la estrategia más representativa planteada anteriormente sea considerada por las autoridades, emprendedores, productores y actores sociales a fin de impulsar el desarrollo a través de la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal, las recomendaciones que se presentarán están dirigidas a todos los actores antes mencionados:
- Mediante la aplicación de la estrategia de asociatividad de productores y comercializadores de productos agrícolas de la parroquia El Goaltal generará distintos beneficios entre ellos el económico, reducir intermediarios, obtener precios justos para los productos, relación directa con el consumidor final, generar mayor participación de los pobladores, trabajo en equipo, brindando además garantías que faciliten el acceso a proyectos de desarrollo gubernamental y financiero, produciendo un beneficio colectivo para la comunidad.

- A los productores, innovar en los diferentes procesos de siembra, mantenimiento y cosecha de los productos agrícolas entre ellos la yuca, tubérculo cultivado en mayor cantidad en la zona, con el objetivo de generar mayor valor y cambiar el estilo de producción, comercialización e incluso la industrialización del producto.
- Al Estado ecuatoriano, por medio de entidades gubernamentales, gremios y organizaciones, fomentar la integración y la asociatividad en sectores primarios como el agrícola, priorizando la enseñanza, interactividad y aplicación de técnicas que prioricen el desarrollo de espacios de integración, obteniendo así la reactivación económica de diferentes sectores.
- Los productores de la zona que durante años se han visto afectados por la escasez de espacio de producción y limitada comercialización e industrialización, deberían gestionar el acceso de la maquinaria e implementos necesarios, manejados por las autoridades zonales, pues mediante esta gestión se podría agilizar el trabajo en el área destinada a la producción, basada en la estrategia de asociatividad.

IV. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México: Ediciones Granica S.A. Obtenido de <https://n9.cl/f7rdz>
- Flor, G. (2016). Emprendimiento para el cambio de la matriz productiva y el buen vivir. En *Buen Vivir y cambio de la matriz productiva* (pág. 301). Quito: Friedrich - Ebert - Stiftung (FES-ILDIS). Obtenido de <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/12781.pdf>
- Flores Jiménez, L. D. (2013). *Propuesta de asociatividad para el desarrollo económico y social de los productores de café del distrito Kañaris - Ferrañafe*. Chiclayo: Universidad católica de Santo Toribio de Mogrovejo. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999658.pdf>
- GAD, d. l. (2019). *Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia rural el Goaltal*. Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <http://elgoaltal.gob.ec/carchi/?p=104>
- INEC. (2010). *Estratificación del nivel socioeconómico*. Quito. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- Jiménez, A. (1995). La promoción social: Vigencia y Perpectivas. *Dialnet*, 98 - 100.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing: Conceptos Esenciales*. México: Pearson Educación. Obtenido de <https://n9.cl/n34gq>
- Liberal, J. R. (2007). *Clases de capital territorial y desarrollo sostenible*. N/S: Arenal Grupo Consultor s.l.
- Llisterri, J. J. (marzo de 2000). *Competitividad y Desarrollo Económico Local*. Recuperado el 1 de agosto de 2019, de <https://n9.cl/hkeod>
- López Cerdán. (2003). *Redes empresariales: experiencias en la Región*. Perú: Minka.
- Martinez Ruiz, H. (2014). *Metodología de la Investigación*. Querétaro: Cengage Learning Editores, S.A de C.V. Recuperado el 04 de Octubre de 2019
- Martínez, P. (2003). *Diccionario práctico de términos económicos financieros* (Tercera ed.). Quito, Ecuador: Kora Design.
- Masaquiza Masaquiza, L. J. (2017). *Producción agrícola y desarrollo económico de los productores agrícolas de la parroquia El Rosario del cantón Pelileo*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.

- Morales Díaz, A. (1975). *Breve historia sobre la piscicultura mundial y nacional*. Instituto Nacional de Pesca.
- OMT. (2017). Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- Ortiz, M. (2016). *Marketing Conceptos y Aplicaciones*. Madrid: Editorial Verbum. Obtenido de <https://n9.cl/4maxw>
- Pérez, D. L. (2017). *Metodología y Enfoques Metodológicos*. Caracas, Venezuela: Gráficas Euroamericana 1287, C.A. Recuperado el 24 de Septiembre de 2019
- Quezada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: EUNED. Obtenido de <https://n9.cl/pmo0y>
- Requeijo, J., Iranzo, J., Salido, J., Pedrosa, M., & Martínez de Dios, J. (2007). *Técnicas Básicas de Estructura Económica*. Madrid: Delta. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=PooqR1XkabQC&pg=PA1&dq=actividad+economica&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwiDxM6k54XuAhVtpVvKHW0QATcQ6AEwB3oECAkQAg#v=onepage&q=actividad%20economica&f=false>
- Requejo Liberal, J. (2009). *Clases de capital territorial y de desarrollo sostenible*. Fundicot.
- Restrepo, A., Ruiz, F., & FES. (2001). *Estrategias de Producción y mercado*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Z1Ur3MOtg2IC&pg=PA90&dq=definicion+de+oferta&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGt6rm16LmAhUyo1kKHRP6AugQ6AEIKDAA#v=onepage&q=definicion%20de%20oferta&f=false>
- Rodríguez, M. E. (2017). *La promoción del desarrollo económico desde los municipios en la República Dominicana*. España: Universidad del País Vasco.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F: McGraw- Hill /Interamericana Editores, S.A de C.V. Recuperado el 04 de Octubre de 2019
- Santillana. (2006). *Enciclopedia el Estudiante* (Primera ed., Vol. 8). Buenos Aires, Argentina: Santillana S.A.
- Scheaffer, R. L. (1987). *Elementos del Muestreo*. Florida: Iberoamérica.
- Schmidtke, T., Koch, H., & García Camarero, V. (2018). *Los sectores económicos en América Latina y su participación en los perfiles exportadores*. México: Friedrich Ebert.
- Secretaría de Linguística del Navia - Eo. (2006). *Actas de las segundas sesiones de estudio occidentales*. Uviéu: Academia de la Linguística Asturiana. Recuperado el 08 de Octubre de 2019, de <https://books.google.com.ec/books?id=p0gd8VIn0r4C&pg=PA76&dq=marca+territori>

al&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiArY_UuI3lAhUSvIkKHXICB-
YQ6AEIJzAA#v=onepage&q=marca%20territorial&f=false

- Tamayo, M. T. (2011). *El proceso de la Investigación Científica* (5ta ed.). México: Limusa S.A DE C.V. GRUPO NORIEGA EDITORES. Recuperado el 04 de Octubre de 2019
- Torres Montaña, J. S. (2015). *Modelo de gestión asociativa para los productores de yuca de la parroquia San Jacinto del Búa en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/24521/1/T3850e.pdf#page=81&zom=100,148,410>
- Valle, J. H., & Gonzales, M. H. (2004). *Análisis Situacional*. (U. Azcapotzalco, Ed.) México. Recuperado el 8 de 10 de 2019, de http://zaloamati.azc.uam.mx/bitstream/handle/11191/392/analisis_situacional_modulo_2.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Varea Sechez, A. M. (2004). *Enciclopedia Ecuador a su Alcance*. Quito: Planeta del Ecuador S.A.

V. ANEXOS

Anexo 1: Acta Pre-defensa del Informe de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Farinango Carrillo Lizeth Alexandra
NIVEL/PARALELO: Titulación

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1050171691
PERIODO ACADÉMICO: Abril - Mayo 2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia para la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi.

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. Félix Wilmer Paguay Chávez
LECTOR: MSC. Sonia Marilú Malquín Vera
ASESOR: MSC. Carlos Rafael Cadena Moreno

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: Virtual **AULA:** Virtual
FECHA: viernes, 28 de mayo de 2021
HORA: 12H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	6,30
2) Trabajo escrito	3,00
Nota final de PRE DEFENSA	9,30

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 28 de mayo de 2021



Firmado electrónicamente por:
**FELIX WILMER
PAGUAY CHAVEZ**

MSC. Félix Wilmer Paguay Chávez

PRESIDENTE



Firmado electrónicamente por:
**CARLOS RAFAEL
CADENA MORENO**

MSC. Carlos Rafael Cadena Moreno
TUTOR



Firmado electrónicamente por:
**SONIA MARILU
MALQUIN VERA**

MSC. Sonia Marilú Malquín Vera
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y MARKETING

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda **CÉDULA DE IDENTIDAD:** 1500973332
NIVEL/PARALELO: Titulación **PERIODO ACADÉMICO:** Abril - Mayo 2021

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Estrategia para la promoción socioeconómica de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi.

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. Félix Wilmer Paguay Chávez
LECTOR: MSC. Sonia Marilú Malquín Vera
ASESOR: MSC. Carlos Rafael Cadena Moreno

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: Virtual **AULA:** Virtual
FECHA: viernes, 28 de mayo de 2021
HORA: 12H30

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 6,30
2) Trabajo escrito 3,00
Nota final de PRE DEFENSA 9,30

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 28 de mayo de 2021



MSC. Félix Wilmer Paguay Chávez

PRESIDENTE



MSC. Carlos Rafael Cadena Moreno

TUTOR



MSC. Sonia Marilú Malquín Vera

LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

Anexo 2: Certificado del abstract por parte de idiomas

NRO. 19

Tulcán, 6 de abril del 2021

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Por medio de la presente **CERTIFICO** que:

Luego de haber revisado la traducción del Resumen Tesis de las estudiantes: **Chuquimarca Rueda Daysi Fernanda** y **Farinango Carrillo Lizeth Alexandra** con cedula **150097333-2** y **105017169-1** respectivamente con el tema: "ESTRATEGIA PARA LA PROMOCIÓN SOCIOECONÓMICA DE LA PARROQUIA EL GOALTAL, CANTÓN ESPEJO, PROVINCIA DEL CARCHI" considero que éste se encuentra en condiciones para ser presentado.

Es todo cuanto puedo certificar pudiendo las interesadas hacer uso de este documento como estime conveniente siempre y cuando se encuentre dentro de los fines legales.

Atentamente,



Mgs. Gustavo Cevallos L.
ENGLISH TEACHER
Movil: 0986060909 -
EMAIL: gustiacele@hotmail.com

Msc. Gustavo Cevallos
CHECK
ENGLISH TEACHER

Anexo 3: Validación de encuesta levantamiento de información población de El Goaltal



FICHA DE VALIDACIÓN DE LA ENCUESTA

“Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi”

OBJETIVO: Diseñar una estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, provincia del Carchi.

Nombre	Fecha	Institución a la que pertenece	Observaciones	Firma
DONATO TORRILLO FARINANGO CARRILLO	16 SEPTIEMBRE 2020	CACET		
Msc. Franklin Chigón C.	16/09/2020	Coac Educadores Tulcan	Eficiente Trabajo	
Mónica Humbel Guazo	16/09/2020	GAD Municipal	Excelente	
Franzisco Moreta	17/09/2020	Civil	Ninguno	
Gessica Toron	18/09/2020	Civil		

Validado Por Msc Carlos Cadena	Elaboradora Chuquimarca Rueda Daysi	Elaboradora Farinango Carrillo Lizeth

Anexo 4: Encuesta levantamiento de información población de El Goaltal



ENCUESTA PARA EL LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN



Formulario 001:

“Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi”

DATOS DEL CONTACTO (IMPORTANTE) Nombres y Apellidos de la persona.

Nombre:	
Contacto:	
Email:	

La información recolectada es totalmente confidencial y será utilizada únicamente para determinar una estrategia de promoción de la economía de la Parroquia EL Goaltal.

1. DATOS INFORMATIVOS

Nota: En las respuestas múltiples, seleccione una sola respuesta, la más importante.

1.1. Género

Masculino Femenino Otro

1.2. Edad

De 15 años a 20 años De 26 años a 30 años De 36 años a 40 años De 51 años a 55 años
De 21 años a 25 años De 31 años a 35 años De 41 años a 50 años De 55 años a 60 años

1.3. Actividad económica

Independiente Empleado Público Empleado Privado Agricultor/ Ganadero

Ama de casa Estudiante
1.4. Nivel de educación Ninguno Primaria Secundaria Tercer Nivel Post grado

2. DATOS SOCIALES

VIVIENDA	
2.1. Uso:	Vivienda () Vivienda y Actividad productiva ()
2.2. Tenencia de la vivienda	Propia () Familiar () Arrendada () Prestada ()
2.3. Material predominante en la casa:	Madera () Bloque () Ladrillo () Paja () Adobe ()
2.4. Posee energía eléctrica	De 0 a \$5 () de 6\$ a \$10 () de \$11 a \$15 () de \$16 en adelante ()
2.5. Red de agua	De 0 a \$5 () de 6\$ a \$10 () de \$11 a \$15 () de \$16 en adelante ()
2.6. Teléfono	De 0 a \$5 () de 6\$ a \$10 () de \$11 a \$15 () de \$16 en adelante ()
2.7. Internet	De 0 a \$5 () de 6\$ a \$10 () de \$11 a \$15 () de \$16 en adelante ()

3. DATOS ECONÓMICOS

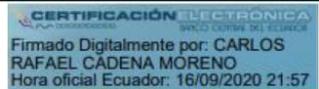
3.1.	¿Cuál es el ingreso mensual de la familia? de 0 a 400 () entre 401 a 800 () de 801 en adelante
3.2.	¿Cuál es la distribución del gasto de la familia mensual? Total, anual/familiar
a. Alimentación	De 0 a \$50 () de \$51 a \$100 () de \$101 a \$150 () de \$151 en adelante ()
b. Educación	De 0 a \$50 () de \$51 a \$100 () de \$101 a \$150 () de \$151 en adelante ()
c. Salud	De 0 a \$50 () de \$51 a \$100 () de \$101 a \$150 () de \$151 en adelante ()
d. Transporte	De 0 a \$50 () de \$51 a \$100 () de \$101 a \$150 () de \$151 en adelante ()
e. Vestimenta	De 0 a \$50 () de \$51 a \$100 () de \$101 a \$150 () de \$151 en adelante ()

4. ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

4.1.	Principal Actividad económica
a.	Agricultura ()
b.	Artesanías ()
c.	Comercio ()
d.	Ganadería ()
e.	Turismo ()
f.	Pesca ()

4.2.	<p>¿Cuáles son los principales productos agrícolas cultivados en la zona?</p> <p>a. Guabas () d. Yuca () g. Guanabanas ()</p> <p>b. Bananos () e. Café () h. Piñas ()</p> <p>c. Cítricos () f. Cacao ()</p>
4.3.	<p>¿Cuáles son los principales productos pecuarios de la zona?</p> <p>a. Leche ()</p> <p>b. Carne ()</p> <p>c. Peces ()</p>
4.4.	<p>¿A qué ciudad entrega los productos de la zona?</p> <p>a. Ibarra ()</p> <p>b. Otavalo ()</p> <p>b. Tulcán ()</p> <p>c. Quito ()</p>

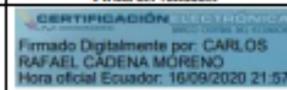
¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Firma de autoridad	Firma del validador	Firma del encuestado	<p>Estudiante:</p> 
			<p>Estudiante:</p> 
			<p>Responsables</p>

Anexo 5: Entrevista autoridades GAD parroquial de El Goaltal

	LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN	Formulario 001: <input style="width: 50px;" type="text"/>
PARROQUIA EL GOALTAL- AUTORIDADES		
		
"Estrategia para la promoción de la economía de la parroquia El Goaltal, cantón Espejo, Provincia del Carchi"		
DATOS DEL CONTACTO (IMPORTANTE Y OBLIGATORIO) Nombres y Apellidos de la persona		La información recolectada es totalmente confidencial y será utilizada únicamente para determinar una estrategia de promoción de la economía de la Parroquia El Goaltal.
Nombre:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	
Contacto:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	
Email:	<input style="width: 80%;" type="text"/>	
<p>1. ¿Qué tipo de vías posee la parroquia?</p> <p>.....</p> <p>2. ¿Cuántas emprendimientos constituidos hay en la zona?</p> <p>.....</p> <p>3. ¿Cuántas asociaciones productivas existen en la zona?</p> <p>.....</p> <p>4. ¿Cuántas empresas dedicadas a la prestación de servicios existen? de ellas cuantas se dedican al turismo?</p> <p>.....</p> <p>5. ¿Qué entidades públicas o privadas han colaborado para que la parroquia crezca turística y productivamente? ¿Y a cuáles se les debe invitar a participar y de qué manera?</p> <p>.....</p> <p>6. ¿Según su criterio existen proyectos turísticos desarrollados en El Goaltal?</p> <p>.....</p> <p>7. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de la parroquia?</p> <p>.....</p> <p>8. De qué manera el GAD apoya a las asociaciones productivas y turísticas?</p> <p>.....</p> <p>9. ¿La directiva de la parroquia qué proyectos ha realizado junto con la comunidad en relación con el potencial turístico?</p> <p>.....</p> <p>10. ¿La directiva de la parroquia qué proyectos ha realizado junto con la comunidad en relación a la producción agrícola, ganadera y pesquera?</p> <p>.....</p> <p>11. ¿Existe dentro del presupuesto algún rubro destinado a la gestión turística?</p> <p>.....</p>		

12. Referente a la promoción turística de la parroquia ¿qué opina? ¿Y mediante qué medios y con qué presupuesto se ha realizado o se realizaría la promoción para la parroquia?
-
13. Cree usted que existan suficientes servicios turísticos como: Alojamiento, restaurantes, áreas de recreación para desarrollar la actividad turística?
-
14. ¿Según usted es necesario la creación de un punto de información turística del sector?
-
15. ¿Anteriormente ha recibido capacitación en turismo sostenible la comunidad?
-
16. ¿Qué recomendación haría usted para que el desarrollo turístico rural y sostenible se pueda implementar en la parroquia?
-
17. ¿Qué opina sobre la potencialidad turística en la parroquia El Goaltal?
-
18. ¿Según su criterio qué opina sobre la señalización turística y vial en la parroquia?
-
19. ¿La demanda turística de la parroquia recibe un mayor número de turistas nacionales o extranjeros?
-
20. ¿Qué medios utilizan para promocionar sus productos y sitios turísticos?
-
21. ¿Cree usted que los productos que tienen en la parroquia pueden ser ofertados directamente al consumidor?
-

			Estudiante: 
Firma de autoridad	Firma del validador	Firma del encuestado	Estudiante: 
	 <p>CERTIFICACIÓN DEL DOCUMENTO Firmado Digitalmente por: CARLOS RAFAEL CADENA MORENO Hora oficial Ecuador: 16/09/2020 21:57</p>		Responsables

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 6: Espacios parroquia El Goaltal





Anexo 7: Levantamiento de información

